



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού
Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών – Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

***“Συνεδριακός Τουρισμός:
Μελέτη Περίπτωσης ο Βόλος και το Πήλιο”***

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: **ΒΙΣΒΙΚΗ Β. ΑΡΓΥΡΟΥΛΑ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: **ΚΟΚΚΩΣΗΣ ΧΑΡΗΣ,**

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ, 2017

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ζήτηση του συνεδριακού τουρισμού παρουσιάζει ανοδικές τάσεις τα τελευταία χρόνια. Η ανάδειξη ενός προορισμού ως συνεδριακού προορισμού βοηθά την ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού του προορισμού. Σε έναν συνεδριακό προορισμό υπάρχει η δυνατότητα διοργάνωσης μικρών αλλά και μεγάλων συνεδρίων, το οποίο εξαρτάται από τις συνεδριακές υποδομές και τα ξενοδοχειακά καταλύματα της περιοχής.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της δυνατότητας του Βόλου και του Πηλίου, να καταστούν ως συνεδριακοί προορισμοί. Για το λόγο αυτό σε πρώτο στάδιο πραγματοποιήθηκε η συλλογή και η ανάλυση των δευτερογενών δεδομένων και έπειτα χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε στελέχη τουριστικών καταλυμάτων των περιοχών, καταλήγοντας έτσι στο συμπέρασμα ότι οι περιοχές έχουν τη δυνατότητα να εδραιωθούν ως τουριστικοί προορισμοί για μικρά συνέδρια.

Λέξεις κλειδιά: Συνεδριακός τουρισμός, συνεδριακές υποδομές, συνέδρια, PCOs, Βόλος, Πήλιο

TITLE OF DIPLOMA THESIS: “Conference Tourism: Case Study Volos and Pelion”

ABSTRACT

The demand for conference tourism has a rising trend in the recent years. The nomination of a place as a conference destination assists the development and the promotion of the tourism destination. In a conference tourism destination, there is the capability for the organization of small and also large conferences, depending on the conference facilities and the hotel accommodation of the area.

The aim of this dissertation is the survey on whether Volos and Pelion can become conference destinations. For this purpose, firstly the secondary data was collected and analysed and then the qualitative method was used by interviewing executive managers of tourism hospitality facilities of the area. To sum up, the regions have got the potential to be established as tourism destinations for small conferences.

Key words: Conference tourism, conference facilities, conferences, PCOs, Volos, Pelion

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
TITLE OF DIPLOMA THESIS: “Conference Tourism: Case Study Volos and Pelion”	2
ABSTRACT	2
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	7
ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο . ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ	10
1.2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	10
1.2.1. ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ	10
1.2.2. ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	12
1.2.3. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	14
1.2.4. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	15
1.2.5. ΜΕΓΕΘΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	17
1.2.6 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	19
1.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ	20
1.4. ΣΥΝΟΔΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	21
1.5. ΟΦΕΛΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο . ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	23
2.1. ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	23
2.1.1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (CORPORATE BUYERS).....	23
2.1.2. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ (ASSOCIATION BUYERS)	24
2.2. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
2.2.1. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	25
2.2.2. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ.....	26
2.2.3. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ	26
2.2.4. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ	27
2.2.5. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	27
2.2.6. ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ	27
2.3. ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	28
2.3.1. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	29
2.3.2. DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES (DMVs).....	31
2.3.3. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΥΡΕΥΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ	31
2.3.4. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	32

2.3.5. ΛΟΙΠΟΙ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο . ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	33
3.1. ΔΙΕΘΝΗΣ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	33
3.1.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	35
3.1.2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	36
3.1.3. ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ.....	44
3.2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	45
3.2.1. ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ.....	46
3.2.2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο . ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	53
4.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ.....	53
4.1.1. ΠΡΑΣΙΝΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ.....	54
4.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	54
4.2.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ.....	54
4.2.2. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ.....	57
4.2.3. ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ...	58
4.2.4. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ.....	59
4.3. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΒΟΛΟΣ-ΠΗΛΙΟ.....	62
5.1. ΒΟΛΟΣ – ΠΗΛΙΟ.....	62
5.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ.....	63
5.2.1. ΜΟΥΣΕΙΑ.....	63
5.2.2. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ.....	65
5.2.3. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΚΤΗΡΙΑ.....	66
5.2.4. ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΔΙΚΤΥΟ.....	68
5.2.5. ΤΟ ΤΡΕΝΑΚΙ ΤΟΥ ΠΗΛΙΟΥ.....	70
5.2.6. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ - ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ.....	71
5.2.7. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	72
5.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΒΟΛΟ ΚΑΙ ΤΟ ΠΗΛΙΟ.....	74
5.3.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ.....	74
5.3.2. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	75
5.3.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΙΕΡΑΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΟΣ.....	77
5.3.4. ΕΛΛΕΨΗ ΜΕΓΑΛΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ.....	77
5.4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	78
5.5. SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ.....	82
5.6. ΣΕΝΑΡΙΑ.....	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο . ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	89
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	92

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.2.2.1.: Βασικοί Τύποι Συνεδρίων	13
Πίνακας 3.2.1.: Κατάταξη χωρών στη διοργάνωση συνεδρίων	36
Πίνακας 3.1.3.1: Ποσοστά συνεδρίων ανά ήπειρο	39
Πίνακας 3.1.3.2: Αριθμός συνεδρίων ανά χώρα	39
Πίνακας 3.1.3.3. : Ποσοστά συνεδρίων ανά χώρα	40
Πίνακας 3.1.3.4. : Αριθμός συνεδρίων ανά χώρα το 2015	41
Πίνακας 3.1.3.5.: Η κατάταξη των πόλεων	42
Πίνακας 3.1.3.6. : Η κατάταξη των πόλεων το 2015	44
Πίνακας 3.2.1.1.: Επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων της HAPCO 2016	50
Πίνακας 4.3.1. : Ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα	61
Πίνακας 5.2.1.1.: Επισκέπτες σε Μουσεία/Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2015	64
Πίνακας 5.2.1.2.: Επισκέπτες Μουσείων Βόλου για το 2016	65
Πίνακας 5.2.4.1. : Πτήσεις αεροδρομίου Νέας Αγχιάλου για το έτος 2017	69
Πίνακας 5.2.8.1.: Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2016	72
Πίνακας 5.2.8.2.: Αφίξεις, Δίων/σεις & Πληρότητα 2010-2015	73
Πίνακας 5.3.2.1. : Συνεδριακοί Χώροι Xenia Palace Portarias	76
Πίνακας 5.3.2.2. : Συνεδριακοί Χώροι Portaria Hotel & Spa	76
Πίνακας 5.3.2.3. : Συνεδριακοί Χώροι Volos Palace	77

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.2.3.1. : Θεματολογία Συνεδρίων 2008-2012	15
Διάγραμμα 1.2.4.1.: Εποχικότητα Συνεδρίων	16
Διάγραμμα 1.2.4.2.: Συχνότητα συναντήσεων.....	16
Διάγραμμα 1.2.5.1: Μέσος όρος αριθμού συμμετεχόντων	17
Διάγραμμα 1.2.5.2. : Μέσος Αριθμός συμμετεχόντων	18
Διαγράμματα 1.2.5.3.: Αριθμός συναντήσεων ανά μέγεθος 2005 & 2013	18
Διάγραμμα 1.2.6.1.: Μέση Διάρκεια Συνεδρίων	19
Διάγραμμα 3.1.3.1. :Αριθμός συνεδρίων 1962-2012	37
Διάγραμμα 3.1.3.2: Ποσοστά συνεδρίων ανά ήπειρο 1962-2012	38
Διάγραμμα 3.1.3.3. Πλεονεκτήματα Γερμανίας	42
Διάγραμμα 4.3.1. : Συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα	59

ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

AMEA:	Άτομα με Αναπηρία
EOT :	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΛΣΤΑΤ :	Ελληνική Στατιστική Αρχή
NA :	Νοτιοανατολικά
ΞΕΕ :	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΠΟΤΑ:	Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης
Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.:	Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων & Συνεδρίων
ΣΕΤΕ :	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΤΑΠ:	Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων
DMVs:	Destination Management Companies
EFAPCO:	Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Ενώσεων Διοργανωτών Συνεδρίων
HAPCO:	Hellenic Association of Professional Congress Organizers (Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων)
HOTREC :	Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχείων Εστίασης και Αναψυχής των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης
EITW:	Europäisches Institut für Tagungs-Wirtschaft
IACB :	International Association of Convention Bureaus
IACVB:	International Association of Convention and Visitors Bureaus
ICCA:	International Congress and Convention Association
PCOs:	Professional Congress Organizers
QNCC :	Qatar National Convention Centre
UIA:	Union of International Associations
VFA:	Venue Finding Agencies

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας ο οποίος γνωρίζει μία ταχύτατη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και σε εθνικό, εξελίσσεται σε μια από τις σημαντικότερες και πιο ελπιδοφόρες μορφές τουρισμού.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εννοιολογική προσέγγιση όρων του συνεδριακού τουρισμού, καθώς και τις διακρίσεις αυτού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται ανασκόπηση της συνεδριακής αγοράς, με την ανάλυση των πελατών, των προμηθευτών και των μεσαζόντων του συνεδριακού τουρισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα. Αρχικά, παρουσιάζονται οι βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, όπως αυτές συνάγονται από την διεθνή εμπειρία και πρακτική και στη συνέχεια στατιστικά στοιχεία της διεθνούς και ελληνικής συνεδριακής κίνησης με τη θέση που κατέχουν οι διάφορες χώρες και επιμέρους προορισμοί στη διεθνή συνεδριακή αγορά.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται οι συνεδριακές υποδομές, καθώς και οι προδιαγραφές και ο απαιτούμενος εξοπλισμός. Στη συνέχεια, αναφέρονται σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία οι συνεδριακές υποδομές που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση της περιοχής του Βόλου και του Πηλίου, εξετάζοντας την ιστορία, τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, τις συγκοινωνίες και τις συνεδριακές υποδομές των περιοχών και με τη βοήθεια της μεθόδου των συνεντεύξεων σε στελέχη ξενοδοχειακών καταλυμάτων καταλήγουμε στη SWOT ανάλυση, αναλύοντας τις δυνάμεις, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που έχει η περιοχή, ώστε να αποτελέσει συνεδριακός προορισμός. Όλα αυτά οδηγούν στα δύο πιθανά σενάρια για τις περιοχές και στην απάντηση του ερωτήματος της παρούσας διπλωματικής εργασίας, δηλαδή εάν ο Βόλος και το Πήλιο μπορεί να αποτελέσουν συνεδριακό προορισμό για μικρά ή μεγάλα συνέδρια καταλήγοντας στο επικρατέστερο σενάριο.

Στο έκτο κεφάλαιο αναφέρονται τα συμπεράσματα της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1.ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού , που τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ραγδαία αύξηση και στην Ελλάδα. Αποτελεί ένα επιμέρους τμήμα του επαγγελματικού τουρισμού (Κραβαρίτης,1992).

Ως συνέδριο ορίζεται ένα προγραμματισμένο και οργανωμένο γεγονός στο οποίο οι παρευρισκόμενοι καλούνται να συζητήσουν ένα θέμα κοινού ενδιαφέροντος. Το συνέδριο σχετίζεται με τον τουρισμό, όταν οι σύνεδροι που συμμετέχουν σε αυτό δεν προέρχονται από το ίδιο γεωγραφικό χώρο και κάνουν χρήση των υπηρεσιών που ανήκουν στη τουριστική βιομηχανία, όπως ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρίες, εστιατόρια κ.ά. προκειμένου να εξυπηρετηθούν (Λαζάνι, 2003). Πρόκειται για οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση -συνέδρων, ομιλητών (Γκρίμπα, 2005, Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007). Οι δε όροι που χρησιμοποιούνται ευρύτητα και αποδίδουν το νόημα του συνεδρίου είναι για την Ευρώπη, congress, για το Ηνωμένο Βασίλειο, conference και για τις ΗΠΑ, convention. Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιαδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή, ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δύο έως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό (Baloglu & Mangaloglu, 2001).

1.2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.2.1. ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ

Είναι γεγονός ότι ορισμένες φορές υπάρχει σύγχυση ως προς τις διάφορες μορφές της συνεδριακής δραστηριότητας. Αυτό οφείλεται στο ότι δεν έχει καθιερωθεί μια επίσημη ορολογία. Για παράδειγμα οι όροι συνέδριο, συνέλευση, διάσκεψη χρησιμοποιούνται πολλές φορές ως συνώνυμα, με αποτέλεσμα να συγχέονται οι σημασίες τους και να δυσχεραίνεται η στατιστική καταγραφή τους. Παρακάτω, συνοψίζονται οι ορισμοί των

μορφών που εντάσσονται στο συνεδριακό τουρισμό σύμφωνα με το Σύνδεσμο Ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ)

ΣΥΝΕΔΡΙΟ: Είναι η συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και κοινή ιδιότητα, με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων. Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, συνήθως ετήσια. Παραλλαγές του συνεδρίου παρουσιάζονται στη συνέχεια.

ΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ – ΣΥΝΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ: Οι όροι αυτοί χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο, όπου περιλαμβάνεται μεγάλη διάρκεια συζήτηση και η συμμετοχή είναι ενεργή. Σχετικά με τους χώρους, ισχύει ότι και με τα συνέδρια. Ο συνηθέστερος όρος που χρησιμοποιείται είναι ο αγγλικός «conference». Πραγματοποιούνται σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΙΣ: Έχει επικρατήσει η χρήση του όρου αυτού, κυρίως για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της διοίκησής της ή μεταξύ των μελών μιας οργάνωσης

ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ: Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την απόλυτα δομημένη παρουσίαση της. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ή ειδικού ενδιαφέροντος, όπως επίσης και να επακολουθήσει ή όχι συζήτηση στο τέλος. Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλλει.

ΗΜΕΡΙΔΕΣ: Είναι συναντήσεις που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν «γενέθλιας» επετείους του φορέα που τις πραγματοποιεί. Χαρακτηρίζονται έτσι, συχνά, συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, ημερήσιας διάρκειας.

FORUM (ΦΟΡΟΥΜ): Ο όρος αυτός έχει επικρατήσει προκειμένου να περιγράψει συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό γνώρισμα τους είναι ότι επακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση, στην οποία μπορεί να συμμετάσχει και το ακροατήριο με ερωτήσεις ή τοποθετήσεις. Η διάταξη της αίθουσας είναι σε τραπέζια ή σε έδρανα και σπάνια σε μονά καθίσματα.

ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ: Στο ευρύ κοινό είναι γνωστή μόνο μια πτυχή αυτού του όρου, αυτή που συνδέεται με τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας και αποσκοπεί στη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο, ο όρος αυτός συγκεκριμενοποιεί το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας, η οποία εμφανίζεται με τα χαρακτηριστικά

γνωρίσματα του συμποσίου και του φόρουμ. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός, αντίθετα με τα συμπόσια και τα φόρουμ.

ΣΥΜΠΟΣΙΑ: Μέχρι πρότινος, ο όρος αυτός είχε την έννοια του πλούσιου και επίσημου γεύματος, παρόλα αυτά περιλαμβάνει και συζήτηση που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο από ότι στο «φόρουμ».

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ (WORKSHOPS): Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας ή / και διαβούλευσης που επιτρέπει εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά σε συμμετοχή 15- 30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο λύνοντας σχετικά προβλήματα ή / και συζητώντας προτάσεις ώστε να συμφωνήσουν σε ένα σχέδιο δράσης.

MEETINGS: Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδο-επιχειρησιακού ενδιαφέροντος, οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες εταιρικές ή επιχειρησιακές συναντήσεις.

ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ: Αφορά συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές ως συσκέψεις «στρογγυλής τραπέζης».

Τα τελευταία χρόνια και λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας, έχουν προστεθεί η τηλεσυνεδρίαση και η βιντεοδιάσκεψη.

ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ: Γίνεται χρήση των τηλεπικοινωνίας και η συνεδρίαση γίνεται μέσω φωνής (Λαζανά,2003).

ΒΙΝΤΕΟΔΙΑΣΚΕΨΗ: Επιτρέπει την οπτική επαφή μεταξύ των συνέδρων, καθώς και τις παρουσιάσεις γραφικών δεδομένων (Λαζανά,2003).

1.2.2.ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Τα συνέδρια ανάλογα με σκοπό για τον οποίο διοργανώνονται κατατάσσονται σε κάποιες κατηγορίες. Παρακάτω αναλύουμε τα είδη των συνεδρίων με βάση το σκοπό πραγμάτωσής τους, καθώς και τα χαρακτηριστικά τους.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ: Τα επιστημονικά συνέδρια συχνά επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος μετά από κάποιο χρονικό διάστημα. Σε αυτές τις συγκεντρώσεις ενθάρρυνση δίνει το φορολογικό καθεστώς και το πλεονέκτημα τους είναι ότι έχουν μεγάλη διάρκεια (Παπαμαρίνου,2007). Υπάρχει ενδιαφέρον και από επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους, που είναι συναφή με το συνέδριο. Έτσι το συνέδριο μπορεί να συνδυαστεί με μια έκθεση.

ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ: Σκοπός των εμπορικών συνεδρίων είναι η αύξηση των κερδών, της παραγωγικότητας και η διερεύνηση της αγοράς των φορέων που τα συγκαλούν. Τα ξενοδοχεία επωφελούνται οικονομικά από αυτό το είδος συνεδρίων (Παπαμαρίνου,2007). και συχνά συνοδεύονται από εκθέσεις για να μπορέσουν οι εταιρείες να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Πλεονέκτημα αυτής της μορφής συνεδρίου είναι η δυνατότητα να διοργανώνονται κάθε χρόνο. Περιλαμβάνει τρόπους αύξησης πωλήσεων, παρουσίαση καινούριων προϊόντων και τον τρόπο επιτυχίας των στόχων τους.

ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ: Συνέδρια γίνονται και από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς (Παπαμαρίνου,2007), και έχουν ως σκοπό τον απολογισμό του έργου τους, τη χάραξη της στρατηγικής τους και την ιδεολογική τους τοποθέτηση.

ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ: Αποτελούν την ανάπτυξη και εξέλιξη της διεθνούς συνεργασίας. Το χαρακτηριστικό αυτών των συνεδρίων είναι ότι διοργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες. Την ευθύνη και την φροντίδα της διεξαγωγής του συνεδρίου την έχει η πολιτεία. Η πιο συνηθισμένη ορολογία που χρησιμοποιείται είναι «διεθνής διάσκεψη». Συνήθως είναι σε ετήσια βάση (Παπαμαρίνου,2007).

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, στον πίνακα 1.2.2.1 που ακολουθεί απεικονίζονται οι συνηθέστεροι τύποι συνεδρίων και τα βασικότερα χαρακτηριστικά τους σε σχέση με τους διοργανωτές και την αναμενόμενη θεματολογία.

Πίνακας 1.2.2.1: Βασικοί Τύποι Συνεδρίων

Βασικοί Τύποι Συνεδρίων		
1	Επιστημονικά	<ul style="list-style-type: none"> • Εκπαίδευση • Ενημέρωση
2	Εμπορικά – Επαγγελματικά	<ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση παραγωγικότητας / κερδών • Διερεύνηση αγοράς - Networking • Ανάλυση τάσεων • Παρουσίαση νέων προϊόντων / υπηρεσιών

3	Πολιτικά – Κομματικά	<ul style="list-style-type: none"> • Απολογισμός έργου • Διαμόρφωση στρατηγικής • Συζήτηση για θέματα λειτουργίας, οργάνωσης, ιδεολογίας
4	Διεθνών Οργανώσεων	<ul style="list-style-type: none"> • Αξιολόγηση πορείας • Προσαρμογή πολιτικών με βάση τις διεθνείς εξελίξεις • Εξέλιξη και ανάπτυξη διεθνούς συνεργασίας
5	Εταιρικές Συνσκέψεις	<ul style="list-style-type: none"> • Συγκεντρώσεις υψηλόβαθμων στελεχών • Ανταλλαγή απόψεων, ενημέρωση, λήψη σημαντικών αποφάσεων
6	Σεμινάρια	<ul style="list-style-type: none"> • Παρουσίαση εξειδικευμένων επιμορφωτικών θεμάτων

Πηγή: Shone A. , *The Business of Conferences*, ΣΕΤΕ 2013

1.2.3. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

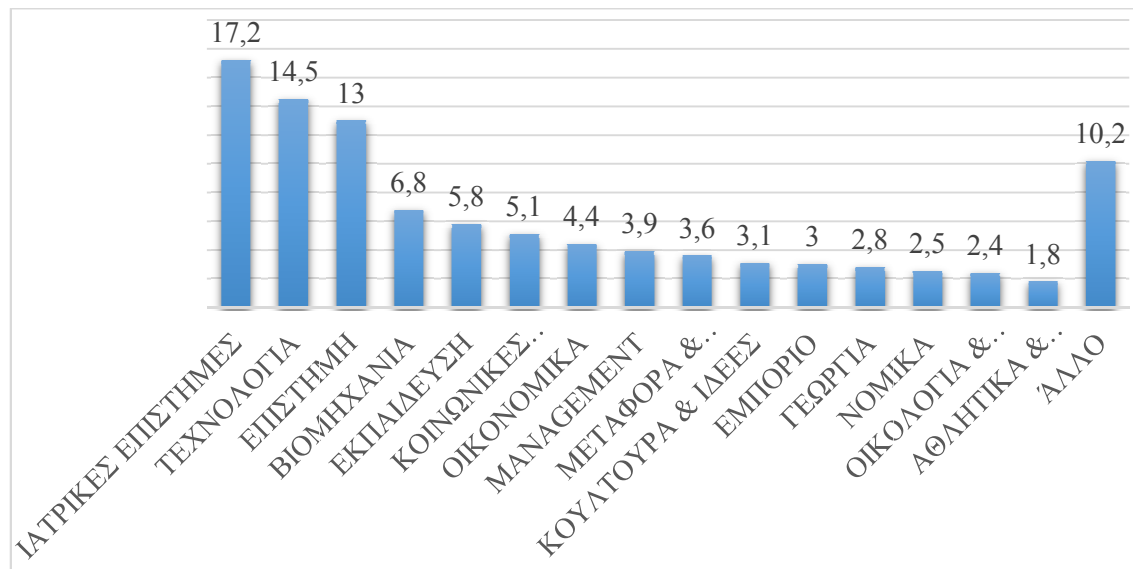
Ένα σημαντικό θέμα ως προς την προσέλκυση συνέδρων είναι η θεματολογία των συνεδρίων. Η θεματολογία ενός συνεδρίου έχει καθοριστικό ρόλο, καθώς είναι αυτό το οποίο προσελκύει τους συνέδρους. Όταν ένα θέμα έχει απήχηση στον τομέα του, μπορεί να κάνει ένα συνέδριο περιζήτητο.

Στο διάγραμμα 1.2.3.1. παρατηρείτε το αντικείμενο των συναντήσεων τα οποία είναι αποθηκευμένα στη βάση δεδομένων του ICCA. Με βάση το παρακάτω διάγραμμα μπορεί να γίνει κατανοητό ποια θέματα είναι ευρέως περιζήτητα, ως προς τη συμμετοχή.

Παρατηρείτε λοιπόν, ότι οι τεχνολογικές συναντήσεις δείχνουν μεγαλύτερη σχετική αύξηση κατά τα τελευταία 50 χρόνια: από το 6,2% του συνόλου των συνεδριάσεων στα πρώτα 5 έτη στο 14,5% στο τέλος. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 50 ετών, οι Ιατρικές Επιστήμες ήταν πάντα το πιο δημοφιλές θέμα: 17,2% όλων των συνεδριάσεων κατά τα τελευταία πέντε χρόνια ήταν περίπου Ιατρικών Επιστημών. Παρά το γεγονός ότι οι αριθμοί των συναντήσεων που διοργανώνονται για το θέμα αυτό συνέχισαν να αυξάνονται κατά τα τελευταία 50 χρόνια, η σχετική δημοτικότητα έχει συρρικνωθεί κατά την τελευταία δεκαετία. Μια παρόμοια τάση θα μπορούσε να αναφερθεί για το τρίτο προτιμητέο θέμα την Επιστήμη, το οποίο ήταν το δεύτερο πιο δημοφιλές θέμα τις

πρώτες τέσσερις δεκαετίες, αλλά πλέον στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Τεχνολογία. Ωστόσο, οι λιγότερες συνεδριάσεις που οργανώνονται είναι με θέμα τη Γεωργία (από 5,0% σε 2,8%) και τον Αθλητισμό & Αναψυχή (από 4,5% σε 1,8%).

Διάγραμμα 1.2.3.1. : Θεματολογία Συνεδρίων 2008-2012



Πηγή: ICCA (2013), ίδια επεξεργασία

1.2.4. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

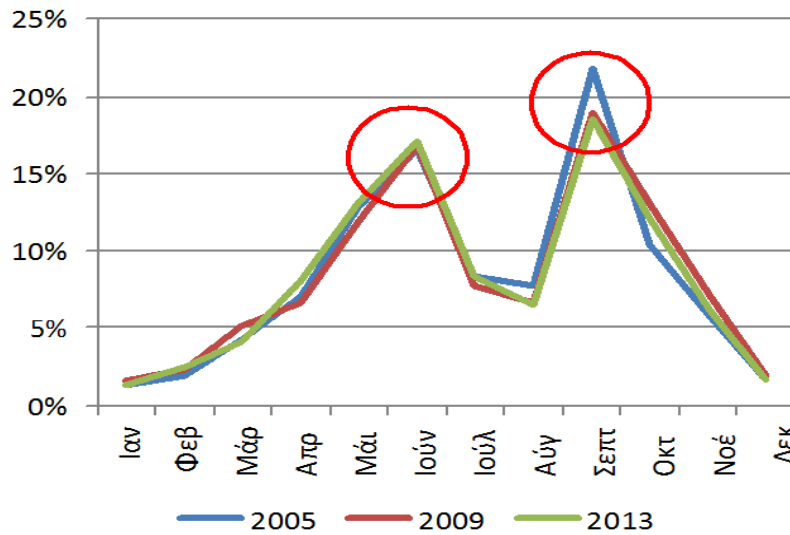
Η χρονική περίοδος διεξαγωγής των συνεδρίων λαμβάνεται σοβαρά υπόψη από τους διοργανωτές συνεδρίων, καθώς αποτελεί σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης μεγαλύτερου δυνατού αριθμού συνέδρων. Για το λόγο αυτό, γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στον τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του συνεδρίου και του βαθμού της επαγγελματικής απασχόλησης των υποψηφίων συνέδρων του φορέα, τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο (Κραβαρίτης, 1992).

Για το συνεδριακό τουρισμό επιλέγεται συνήθως μέση και χαμηλή τουριστική περίοδος. Σύμφωνα και με το διάγραμμα 1.2.4.1., παρατηρούμε ότι η εποχικότητα των συνεδρίων έχει παραμείνει σταθερή τα τελευταία χρόνια, με προτιμητέους μήνες διοργάνωσης εκδηλώσεων τον Ιούνιο και τον Σεπτέμβριο.

Όσον αφορά τη συχνότητα διοργάνωσης συνεδρίων, σύμφωνα και με το διάγραμμα 1.2.4.2., το μερίδιο αγοράς των συναντήσεων ενώσεων που διοργανώνονται κάθε χρόνο έχει αυξηθεί από 54% το 2005 σε 61% το 2013, ενώ

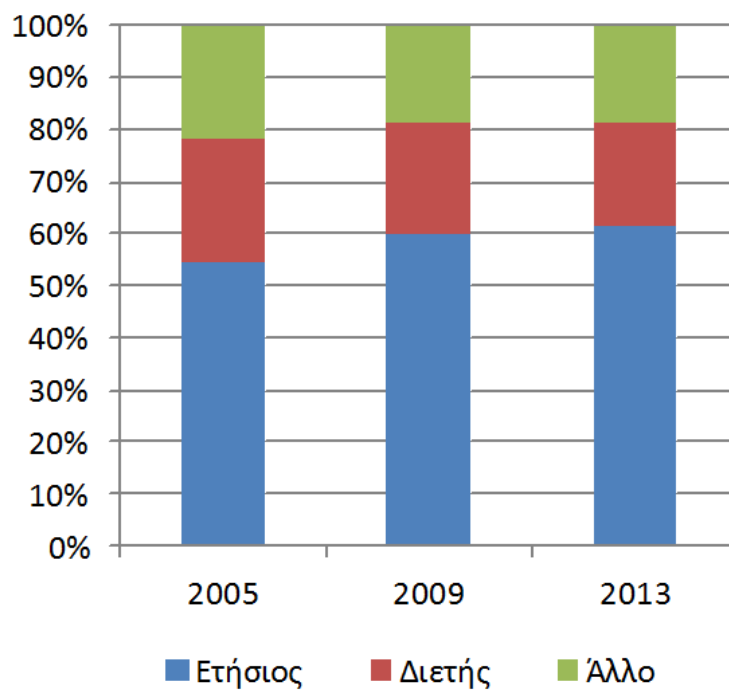
οι διετείς συναντήσεις και συναντήσεις με άλλη συχνότητα έχουν χάσει μερίδιο αγοράς.

Διάγραμμα 1.2.4.1.: Εποχικότητα Συνεδρίων



Πηγή: ICCA (2016)

Διάγραμμα 1.2.4.2.: Συχνότητα συναντήσεων



Πηγή: ICCA (2016)

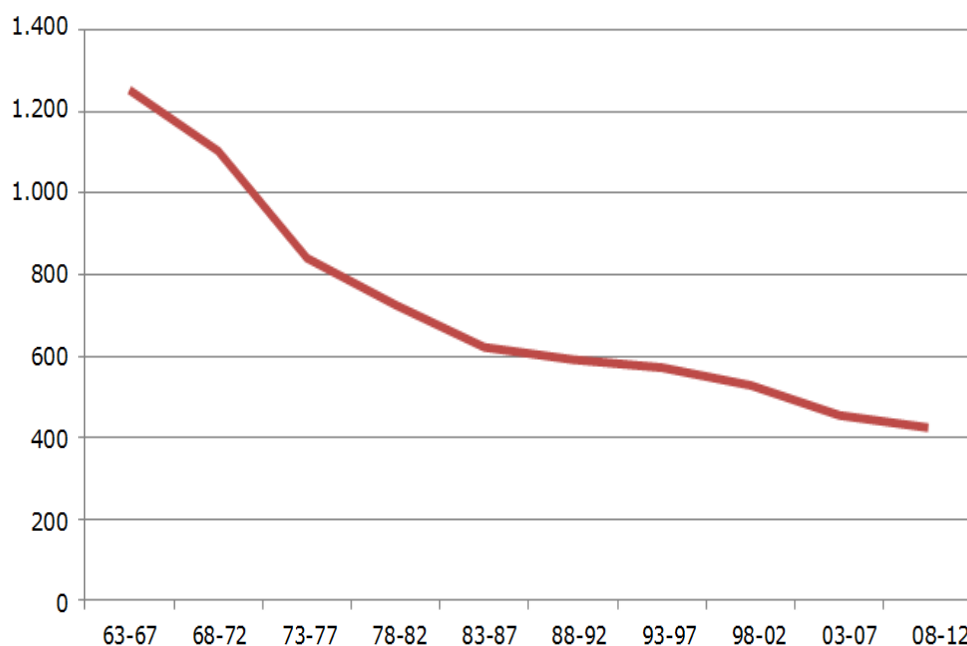
1.2.5. ΜΕΓΕΘΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθος ενός συνεδρίου αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται, προδικάζει σε κάποιο βαθμό το μέγεθος του συνεδρίου, όχι όμως καθοριστικά (Συβαρίτης, 1992).

Ο βαθμός συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν, οι ημερομηνίες διεξαγωγής του, είναι επίσης, στοιχεία που επηρεάζουν το βαθμό συμμετοχής και κατ'επέκταση το τελικό μέγεθος (Κραβαρίτης, 1992).

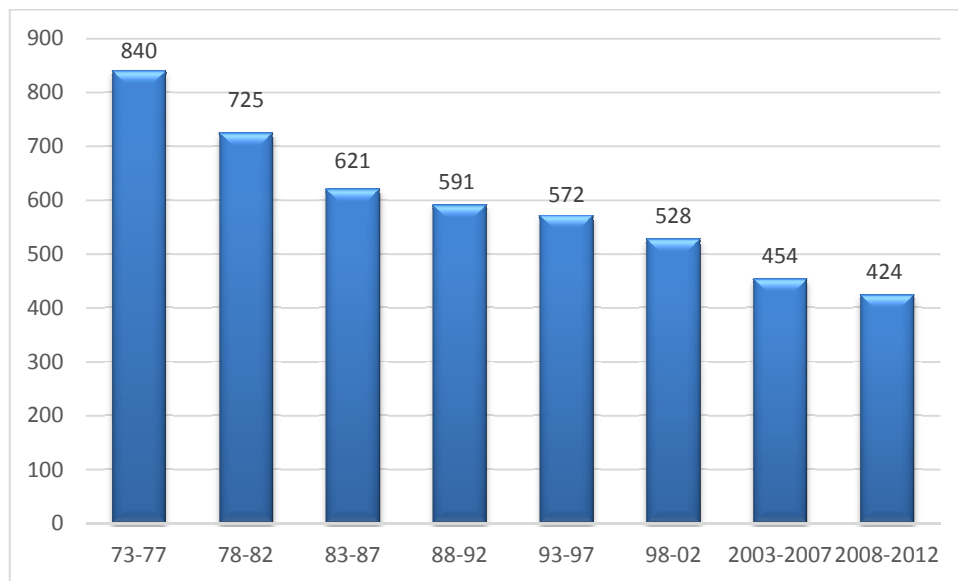
Η πλειονότητα των συνεδρίων, αφορά συνέδρια μικρού μεγέθους, μέχρι και 100 ατόμων. Κάτι τέτοιο αποτυπώνεται και στο διάγραμμα 1.2.5.1., καθώς και πιο αναλυτικά στο διάγραμμα 1.2.5.2. όπου παρατηρείτε μείωση του μέσου αριθμού συμμετεχόντων στα συνέδρια.

Διάγραμμα 1.2.5.1: Μέσος όρος αριθμού συμμετεχόντων



Πηγή: ICCA (2016)

Διάγραμμα 1.2.5.2. : Μέσος Αριθμός συμμετεχόντων



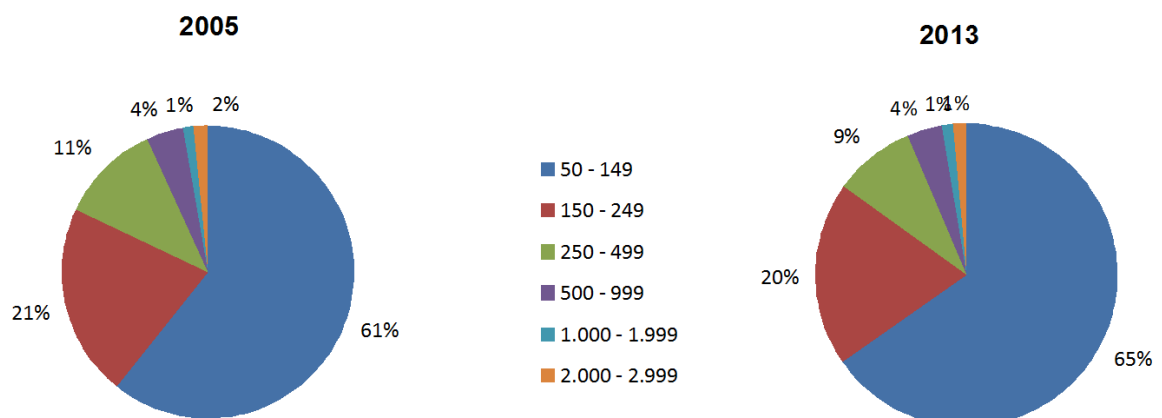
Πηγή: ICCA (2016) , ίδια επεξεργασία

Κάτι τέτοιο γίνεται εύκολα αντιληπτό και από τα διαγράμματα 1.2.5.3., στα οποία παρατηρείτε ότι κατά τα τελευταία 10 χρόνια υπήρξε μια μεγάλη αύξηση του μεριδίου αγοράς από τις μικρότερες συναντήσεις (50-149 και 150-249 συμμετέχοντες).

Το ποσοστό των συναντήσεων που εμπίπτει στην κατηγορία των 50 έως 149 συμμετέχοντες έχει υπερτριπλασιαστεί από το πρώτο μισό δεκαετία, από 9,4% σε 34,8% τα τελευταία 5 χρόνια. Το ποσοστό των συναντήσεων με 150 έως 249 συμμετέχοντες έχει αυξηθεί από 12,5% σε 21,5%. Τα ποσοστά όλων των κατηγοριών πάνω από 500 συμμετέχοντες είναι χαμηλό, έως μηδαμινό.

Μπορούμε γενικά να πούμε ότι όλο και μικρότερο συνέδρια λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών.

Διαγράμματα 1.2.5.3.: Αριθμός συναντήσεων ανά μέγεθος 2005 & 2013



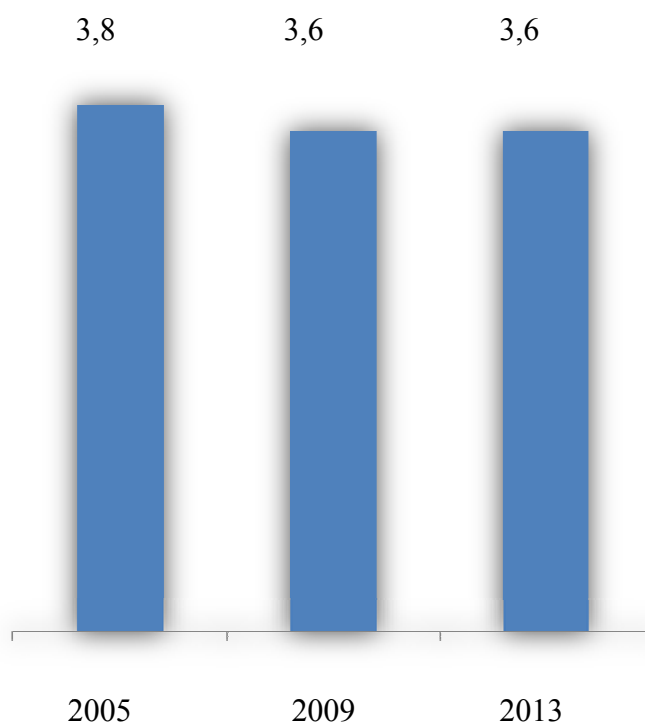
Πηγή: ICCA (2016)

1.2.6 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σύμφωνα με μια εκτεταμένη έρευνα που πραγματοποίησε το τμήμα συνεδρίων της Union des Associations International και παρουσιάστηκε από τον κ. Κ. Λούκο, διευθυντή ξενοδοχείων και ειδικό εμπειρογνώμονα για το συνεδριακό τουρισμό, η πλειονότητα των συνεδρίων έχει διάρκεια 4 έως 5 ημέρες. Το 37,7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 ημέρες, ενώ το 19,8% 6 έως 8 ημέρες. (Λούκος,1990).

Ενώ, σύμφωνα με το διάγραμμα 1.2.6.1., παρατηρείται ότι η μέση διάρκεια συναντήσεων ενώσεων στην Ευρώπη παραμένει σταθερή τα τελευταία χρόνια, στις 3,6 ημέρες. Αυτή η μείωση διάρκειας των συνεδρίων, ίσως οφείλεται και λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, που όπως θα δούμε και παρακάτω έχει επηρεάσει το συνεδριακό τουρισμό.

Διάγραμμα 1.2.6.1.: Μέση Διάρκεια Συνεδρίων



Πηγή: ICCA (2016)

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του. Κάτι τέτοιο φυσικά, αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και την τελική τουριστική δαπάνη. (Κραβαρίτης,1992).

1.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Είναι στελέχη μεγάλων επιχειρήσεων, ταξιδεύουν συχνά και έχουν εμπειρία αντίστοιχων γεγονότων, εκτιμούν την ιστορική ταυτότητα του τόπου που γίνεται το συνέδριο και λειτουργούν ως διαμορφωτές γνώμης (Νυφοδωράκη, 2011). Επίσης, ο συνεδριακός τουρίστας είναι υψηλού κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, και διαθέτει μεγάλη αγοραστική δύναμη. Συχνά συνοδεύεται από άτομα του οικογενειακού, εργασιακού ή φιλικού του περιβάλλοντος. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007):

- Επιστήμονας
- Έχει παρακολουθήσει συνέδρια σε πολλά μέρη του κόσμου
- Θέλει να γνωρίσει όσο πιο πολύ μπορεί το μέρος που γίνεται το συνέδριο
- Συγκρίνει τα συνέδρια που έχει συμμετάσχει
- Θέλει να συμμετάσχει σε διάφορες εκδηλώσεις, όπως εκδρομές στον ελεύθερο χρόνο του
- Έχει σταθερή διάθεση και συμπεριφορά
- Αν δεν συνοδεύεται θέλει μονόκλινο δωμάτιο με σύγχρονες ανέσεις
- Ζητά καλής ποιότητας φαγητό

Η ικανοποίηση του συνεδρίου – τουρίστα είναι πολύ σημαντική καθώς αποτελεί μια μορφή ανέξοδης διαφήμισης για τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου. Αυτός είναι και ο λόγος που πολλές φορές διοργανώνονται από τους φορείς των πόλεων δεξιώσεις και ξεναγήσεις στους συνέδρους και τους συνοδούς τους, με την προσδοκία να τους προσελκύσουν ξανά είτε σαν συνέδρους είτε σε ένα μελλοντικό ταξίδι αναψυχής. Σύμφωνα με τον Rutherford (1994) οι σύνεδροι διαθέτουν χρόνο και χρήματα για αναψυχή τους πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το συνέδριο.

Εκτός από τα χαρακτηριστικά τους ένας ακόμη πολύ σημαντικός παράγοντας είναι και η διαδικασία με την οποία επιλέγουν το αν θα συμμετέχουν σε ένα συνέδριο ή όχι. Τα κριτήρια με τα οποία λαμβάνουν την απόφαση αυτή είναι τα εξής (Oppertmann, 1997):

1. Προσωπικοί και επαγγελματικοί λόγοι (πχ. υγεία, οικογενειακές υποχρεώσεις, διαθέσιμος χρόνος κ.α.)
2. Παράγοντες που αφορούν την τοποθεσία (πχ. κλίμα, η διάρκεια του ταξιδιού, αν είναι μια «ακριβή» τοποθεσία κ.α.)
3. Ανταγωνισμός (σε σχέση με άλλους συμμετέχοντες)

Η έρευνα των Yoo και Chon (2008) πρόσθεσε στα κριτήρια και αυτό της ασφάλειας του προορισμού.

1.4. ΣΥΝΟΔΟΙ ΣΥΝΕΔΡΩΝ

Τα συνέδρια αποτελούν ευκαιρίες απόδρασης για τους συνέδρους αλλά και για τα συνοδά μέλη. Πολλές φορές μάλιστα, οι συνοδοί έχουν αποφασιστικό ρόλο στην απόφαση του συμμετέχοντα να συμμετάσχει (Κραβαρίτης, 1992). Τα συνοδά μέλη πολλές φορές αποτελούν την υποκινητήρια δύναμη για τη δήλωση συμμετοχής του συνέδρου, καθώς οι ίδιοι το αντιμετωπίζουν ως ευκαιρία ξεκούρασης και ανάληψης νέων προορισμών.

Για το λόγο αυτό, τόσο ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο όσο και ο τόπος που θα διεξαχθεί το συνέδριο, έχουν κοινό στόχο την προσέλκυση των συνοδών. Οι συνοδοί των συνέδρων έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεση τους πραγματοποιούν υψηλή τουριστική δαπάνη που αφορά κυρίως στις οργανωμένες εκδρομές, στις αγορές, στις επισκέψεις σε εκθέσεις ή μουσεία και γενικότερα κάνοντας χρήση περισσότερων υπηρεσιών από αυτές που παρέχουν τα ξενοδοχεία (Κραβαρίτης, 1992).

1.5.ΟΦΕΛΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο συνεδριακός τουρισμός έχει μεγάλη σημασία για την επέκταση της τουριστικής περιόδου, την ενίσχυση των ευκαιριών απασχόλησης και των εσόδων του τουρισμού, την προώθηση και την αποτελεσματική χρήση των εγκαταστάσεων σε μια περιοχή.

Πιο συγκεκριμένα παρακάτω αναλύονται τα οφέλη του συνεδριακού τουρισμού.

Περισσότερα κέρδη από άλλες μορφές τουρισμού: Ο συνεδριακός τουρισμός είναι τουρισμός υψηλής ποιότητας και υψηλού κόστους. Ο τουρίστας που παίρνει μέρος σε ένα συνέδριο ξοδεύει περισσότερα από έναν απλό τουρίστα και αυτό αυξάνει τα οικονομικά οφέλη του προορισμού που γίνεται το συνέδριο.

Δραστηριότητα όλο το χρόνο: Ο συνεδριακός τουρισμός διεξάγεται καθόλη τη διάρκεια του χρόνου. Το φθινόπωρο και η άνοιξη είναι οι εποχές που γίνονται τα περισσότερα συνέδρια αλλά αρκετά μικρά συνέδρια διεξάγονται τους χειμερινούς μήνες. Όλη αυτή η δραστηριότητα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, συνήθως εποχιακής απασχόλησης.

«Πράσινος» τουρισμός: Ο συνεδριακός τουρισμός έχει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον απ' ό,τι ο μαζικός τουρισμός. Αφορά μικρότερα γκρουπ τουριστών αλλά με μεγαλύτερη οικονομική δυνατότητα. Συχνά χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς, με σκοπό να υπάρχει μείωση της κυκλοφορίας και της περιβαλλοντικής ρύπανσης. Οι σύνεδροι λειτουργούν μαζί σαν γκρουπ και έτσι είναι πιο εύκολο να πληροφορηθούν και να εκπαιδευτούν για τον τόπο που διεξάγεται το συνέδριο, να απολαύσουν την διαμονή τους.

Βελτιώνει την ποιότητα ζωής: Τα συνεδριακά κέντρα και οι δραστηριότητες που προσφέρουν παίζουν σημαντικό ρόλο στην βελτίωση της ποιότητας της ζωής σε ένα τόπο (Rogers, 2013).

Επίσης, τα οφέλη του συνεδριακού τουρισμού είναι ότι (Λύτρας, 1989):

- Συμβάλλει στην προβολή του τόπου όπου διεξάγεται το συνέδριο.
- Οι σύνεδροι λόγω της θέσης τους μπορούν να διαφημίσουν τον τόπο που γίνεται το συνέδριο.
- Οι σύνεδροι μπορούν να επισκεφτούν ξανά τον τόπο όπου έγινε το συνέδριο, σαν απλοί τουρίστες.
- Επιτρέπει τη διασπορά της τουριστικής κίνησης και σε μη παραδοσιακά τουριστικούς προορισμούς και μπορεί να λειτουργήσει και εκτός τουριστικής περιόδου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.1. ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

2.1.1.ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (CORPORATE BUYERS)

Σε αυτή την κατηγορία εντάσσεται κάθε οργανισμός ή επιχείρηση που έχει συσταθεί για εμπορικό σκοπό και συνεπώς για να αποφέρει κέρδος στον ιδιοκτήτη, είτε πρόκειται για μία μικρή οικογενειακή επιχείρηση, είτε για εταιρικό κολοσσό (Λαζανά, 2003).

Μεταξύ άλλων συγκαταλέγονται (ΣΕΤΕ,2015):

- Φαρμακευτικές και ιατρικές υπηρεσίες
- Πετρέλαια, πετρελαιοειδή και λοιπά καύσιμα
- Τράπεζες και λοιπές Χρηματοοικονομικές επιχειρήσεις
- Ηλεκτρονικά είδη, τηλεπικοινωνίες και υψηλής τεχνολογίας
- Κατασκευαστικές
- Ταξίδια και μεταφορές
- Χονδρική και λιανική διανομή προϊόντων και υπηρεσιών

Τα συνέδρια των επιχειρήσεων λόγω της κατάργησης των εμπορικών συνόρων και του πολλαπλασιασμού των συγχωνεύσεων, γνώρισαν μεγάλη άνθηση από τα μέσα της δεκαετίας του '90. «Ο εργασιακός χώρος δεν είναι ιδανικός επειδή πολλές φορές οι υπάλληλοι διακόπτονται ή έχουν πολύ δουλειά ή ακόμα μπορεί να μην υπάρχουν οι κατάλληλοι χώροι για συνέδρια και έτσι συγκεντρώνονται μακριά από το χώρο της εργασίας τους» (Shone, 1998).

Οι εταιρικές συναντήσεις έχουν τις παρακάτω μορφές (Davidson, Rogers, 2006):

Συμβούλια ανώτατων στελεχών: Σκοπός των συναντήσεων αυτών είναι να καθοριστεί ο προϋπολογισμός της επιχειρησιακής στρατηγικής και η παρουσίαση των προϊόντων και υπηρεσιών. Έχουν διάρκεια δύο με τρεις ημέρες και ο αριθμός των συμμετεχόντων είναι 10 με 25 άτομα.

Εκπαιδευτικά σεμινάρια: Συνήθως διαρκούν τρεις με πέντε ημέρες και συμμετέχουν από 30 έως 50 άτομα. Οι συναντήσεις αυτές είναι εξειδικευμένες και απαιτούν άριστο τεχνολογικό εξοπλισμό και άρτιες συνεδριακές αίθουσες.

Συνέδρια πωλήσεων και marketing: Είναι συναντήσεις που γίνονται για να ενημερώσουν και να παρακινήσουν σε θέματα σχετικά με τα προϊόντα μιας εταιρείας.

Παρουσιάσεις νέων προϊόντων: Συμμετέχουν τα ανώτατα στελέχη και οι υπάλληλοι που απασχολούνται στον τομέα των πωλήσεων.

Επαγγελματικές και τεχνικές συναντήσεις: Είναι σαν τα εκπαιδευτικά σεμινάρια και περιλαμβάνουν επίδειξη προϊόντων.

Τα συνέδρια που οργανώνουν οι επιχειρήσεις παρουσιάζουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η πλειοψηφία των συνεδρίων λαμβάνει χώρα, κατά κύριο λόγο, σε συνεδριακές αίθουσες ξενοδοχείων, πραγματοποιούνται καθ'όλη τη διάρκεια του χρόνου, κυρίως όμως την άνοιξη και το φθινόπωρο και η διάρκεια τους υπολογίζεται κατά μέσο όρο σε δύο ημέρες. Επίσης, η συμμετοχή των στελεχών είναι υποχρεωτική, ενώ ο αριθμός των συμμετεχόντων δεν ξεπερνά τα εκατό άτομα, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους οργανωτές των συνεδρίων, λόγω του μικρού αριθμού των συμμετεχόντων, να οργανώσουν το συνέδριο σε μικρό χρονικό διάστημα. Τέλος, ο προϋπολογισμός ανά σύνεδρο είναι υψηλός, ώστε να ικανοποιήσει τα στελέχη, έχοντας ως αποτέλεσμα την επιλογή ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων (Λαζανά, 2003).

2.1.2. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ (ASSOCIATION BUYERS)

Οι επαγγελματικές ενώσεις είναι μη-κερδοσκοπικοί οργανισμοί, που αποσκοπούν στην παροχή υπηρεσιών στα μέλη τους και γενικότερα στο κοινωνικό σύνολο. Μεταξύ άλλων συγκαταλέγονται (Λαζανά, 2003).:

- Εμπορικοί και επαγγελματικοί οργανισμοί όπως Δικηγορικοί Σύλλογοι, Ιατρικές Ενώσεις κτλ.
- Οργανισμοί εθελοντικού χαρακτήρα, οι οποίοι καλύπτουν το φάσμα των δραστηριοτήτων τους έξω από το εργασιακό περιβάλλον των ατόμων (μη κερδοσκοπικοί). Συνήθως αυτές οι οργανώσεις χρησιμοποιούν διαφορετικό μέρος κάθε φορά για τα συνέδρια τους και έτσι υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των περιοχών
- Φιλανθρωπικές οργανώσεις
- Θρησκευτικές οργανώσεις
- Πολιτικά κόμματα
- Σωματεία και συνδικάτα

Οι διάφορες οργανώσεις επιλέγουν το μέρος που θα πραγματοποιηθεί το συνέδριο σύμφωνα με τις συνεδριακές υποδομές, τα είδη των καταλυμάτων, καλά εστιατόρια, εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας και εμπορικών αγορών. Επίσης, οι σύνεδροι θα πρέπει να αισθάνονται ασφαλείς, να υπάρχει ευκολία πρόσβασης στον προορισμό και

μετακίνησης μέσα σε αυτό. Τέλος, επιθυμούν την καλή φήμη των επαγγελματιών που ασχολούνται με τα συνέδρια και να υπάρχει σχέση τιμής και ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται (Seaton, Bennett, 1996)

Τα χαρακτηριστικά των συνεδρίων που οργανώνονται για τις επαγγελματικές ενώσεις πραγματοποιούνται κατά βάση σε συνεδριακά κέντρα, συνήθως την άνοιξη ή το φθινόπωρο και έχουν διάρκεια από 3 έως 4 ημέρες. Τα συνεδριακά κέντρα κλείνονται καιρό πριν για να υπάρχει χρόνος προετοιμασίας. Η συμμετοχή είναι προαιρετική. Ενώ, οι δαπάνες καλύπτονται από τους ίδιους τους συμμετέχοντες, οι οποίοι συνήθως συνοδεύονται από συζύγους, συντρόφους ή άλλα άτομα που θα επιλέξουν (Λαζανά, 2003).

2.2.ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.2.1. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Περίπου τα 2/3 του συνόλου των συνεδρίων σε παγκόσμιο επίπεδο λαμβάνουν χώρα σε ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν τη κατάλληλη συνεδριακή υποδομή. Συνήθως προτιμώνται τα ξενοδοχεία που βρίσκονται στο κέντρο της πόλης, γιατί εκεί συγκεντρώνονται όλες οι πρόσθετες υπηρεσίες που αναζητούν οι σύνεδροι (δυνατότητες ψυχαγωγίας, εστίασης, μεγάλες αγορές κ.ά.) (Λαζανά, 2003).

Υπάρχουν όμως συνέδρια που πραγματοποιούνται σε ξενοδοχεία έξω από αστικά κέντρα. Τα πλεονεκτήματα αυτών των ξενοδοχείων, εκτός από τη φυσική ομορφιά του τοπίου, έγκειται στο ότι παρέχουν μία ήρεμη και απομονωμένη ατμόσφαιρα για συνάντηση, μακριά από τους θορύβους της πόλης και ενθαρρύνουν τη συγκέντρωση και την αφοσίωση των συμμετεχόντων στο συνέδριο. Τέλος, χρησιμοποιούνται και ξενοδοχεία που βρίσκονται δίπλα ή κοντά σε αεροδρόμια και οδικούς κόμβους. Αυτά προσφέρουν, λόγω της εγγύτητας τους με τους παραπάνω χώρους, γρήγορη και άμεση διεξαγωγή του συνεδρίου, λειτουργικότητα και χαμηλότερες τιμές σε σύγκριση με τους συνεδριακούς χώρους των κεντρικών ξενοδοχείων. Πάντως πρέπει να τονίσουμε ότι τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία, αν και ιδιαίτερα πρακτικά, δεν χρησιμοποιούνται σε καμία περίπτωση από τους διοργανωτές συνεδρίων όταν τους ζητηθεί να επιλέξουν ένα χώρο ο οποίος θα εντυπωσιάσει τους συνέδρους (Λαζανά, 2003).

Τα τελευταία χρόνια πολλά ξενοδοχεία έχουν επενδύσει σε συνεδριακές υποδομές, γιατί έχουν συνειδητοποιήσει τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν από τη

συνεδριακή δραστηριότητα. Έτσι, παρέχουν αίθουσες που προσαρμόζονται ανάλογα με τις ανάγκες του εκάστοτε συνεδρίου και τον αριθμό των συνέδρων, οπτικοακουστική και τεχνολογική υποστήριξη και γενικότερες υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (Λαζανά, 2003).

2.2.2. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Τα συνεδριακά κέντρα έρχονται δεύτερα στις προτιμήσεις των συνέδρων σε παγκόσμιο επίπεδο. Χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τα αμιγή συνεδριακά κέντρα, δηλαδή αυτά που έχουν χτιστεί για να εξυπηρετούν αποκλειστικά τη συνεδριακή αγορά και τα μετατρέψιμα συνεδριακά κέντρα, δηλαδή χώροι οι οποίοι δεν έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών στη συνεδριακή αγορά, αλλά διαθέτουν τις αίθουσες τους σε αυτήν προκειμένου να διεξαχθεί ένα συνέδριο. Ως παράδειγμα τέτοιων χώρων μπορούμε να αναφέρουμε τα διάφορα θέατρα, τις κινηματογραφικές αίθουσες ή και τους πύργους που χρησιμοποιούνται ενίοτε για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Κατά κανόνα, όταν οι διοργανωτές συνεδρίων θέλουν να δώσουν έμφαση στη χρήση υψηλής τεχνολογίας επιλέγουν ένα αμιγές συνεδριακό κέντρο. Αντίθετα, όταν πρόκειται για εταιρικές παρουσιάσεις ή εισαγωγές νέων προϊόντων, τείνουν να επιλέξουν για λόγους εντυπωσιασμού ένα μετατρέψιμο συνεδριακό κέντρο, το οποίο ίσως να μη διαθέτει τον πιο σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό, αλλά ικανοποιεί τις ιδιαίτερες απαιτήσεις των συνέδρων (Λαζανά, 2003).

Η χώρα μας δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε συνεδριακά κέντρα μεγάλης χωρητικότητας σε σχέση με άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς, όπως είναι η Γαλλία, η Ισπανία, η Γερμανία και η Μεγάλη Βρετανία.

2.2.3. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ

Ορισμένες πανεπιστημιακές σχολές διαθέτουν τα αμφιθέατρα τους για συνέδρια, κυρίως κατά την περίοδο των ακαδημαϊκών διακοπών. Έτσι ενισχύουν το εισόδημα τους, ενώ οι δαπάνες είναι μικρότερες σε σύγκριση με την ενοικίαση μίας αίθουσας συνεδριακού κέντρου. Γι' αυτό τα τελευταία χρόνια πολλά πανεπιστήμια, κυρίως του εξωτερικού, έχουν επενδύσει στην τεχνολογική υποδομή των αμφιθεάτρων τους και στις πανεπιστημιακές εστίες οι οποίες μισθώνονται στους συνέδρους κατά τη διάρκεια των διακοπών των φοιτητών (Λαζανά, 2003).

2.2.4. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ

Πολλές φορές τα δημαρχεία, τα επιμελητήρια και γενικότερα τα δημόσια κτίρια παρέχουν τις αίθουσες τους για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Το πλεονέκτημα τους έγκειται στο ότι βρίσκονται στο κέντρο της πόλης και διαθέτουν πολλές διασπώμενες αίθουσες, όπου μπορούν να χωριστούν οι σύνεδροι σε υποομάδες (Λαζανά, 2003).

2.2.5. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Τα τελευταία 15 περίπου χρόνια έχουν αρχίσει να δημιουργούνται κέντρα για την εκπαίδευση των στελεχών επιχειρήσεων. Αυτά διαθέτουν σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό, και καλό φωτισμό, ενώ συγχρόνως εξασφαλίζουν τη διεξαγωγή του συνεδρίου μέσα σε ένα κλίμα εχεμύθειας και προσήλωσης στο θέμα (Λαζανά, 2003).

2.2.6. ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ

Με αυτόν τον όρο περιγράφονται όλοι οι χώροι που δεν εντάσσονται στις κατηγορίες των συνηθισμένων χώρων συγκέντρωσης. Αυτή η ευρεία κατηγορία περιλαμβάνει αθλητικούς χώρους (γήπεδα, στίβοι κ.α.), πολιτιστικούς χώρους (μουσεία, αρχαιολογικά μνημεία), χώρους αναψυχής (κήποι, κινηματογραφικά στούντιο, θεματικά πάρκα), μεταφορικά μέσα (τραμ, τρένα, φέριμποτ, κρουαζιερόπλοια κ.α.), ακόμα και κάστρα, επαύλεις, παλάτια μέχρι και φάρους ή γέφυρες.

Η λίστα είναι μακροσκελής και μόνο η φαντασία του κάθε οργανωτή μπορεί να της θέσει όρια. Οι ασυνήθιστοι χώροι χρησιμοποιούνται για να κάνουν ένα γεγονός ξεχωριστό και αλησμόνητο για τους παρευρισκόμενους, γι'αυτό προτιμώνται συνήθως από τις εταιρείες όταν λανσάρουν ένα καινούργιο προϊόν, όταν θέλουν να προβάλλουν το κύρος τους, όταν επιθυμούν να περάσουν ένα ιδιαίτερο μήνυμα στην αγορά ή για λόγους καινοτομίας.

Σε αυτήν την περίπτωση οι ασυνήθιστοι χώροι προτιμώνται από τις ξενοδοχειακές αίθουσες, γιατί ο διοργανωτής μπορεί να ενεργοποιήσει τη φαντασία του για να διακοσμήσει και να διαμορφώσει το χώρο ανάλογα με το θέμα του συνεδρίου. Οι διοργανωτές συμφωνούν ότι παρόλα τα ενδεχόμενα μειονεκτήματα των χώρων αυτών, κυρίως σε θέματα τεχνολογικού εξοπλισμού, δημιουργείται μία ατμόσφαιρα που

κεντρίζει την περιέργεια των παρευρισκόμενων και εντείνει την προσοχή τους. Σήμερα, η ευρωπαϊκή πόλη που συγκεντρώνει τους περισσότερους ασυνήθιστους χώρους για συνέδρια εταιριών είναι το Λονδίνο. Αξιόλογο παράδειγμα αποτελεί το μουσείο του κρασιού, συνεδριακής χωρητικότητας 25-500 ατόμων, όπου οι καλεσμένοι μπορούν να γνωρίσουν την ιστορία του κρασιού και να δοκιμάσουν τα διάφορα είδη του, ύστερα από το συνέδριο τους, ή το Ενυδρείο του Λονδίνου (London Aquarium) όπου οι σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να γευματίσουν σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο ανάμεσα σε καρχαρίες.

Βέβαια, επειδή ακριβώς οι χώροι αυτοί δεν κατασκευάστηκαν αποκλειστικά για να εξυπηρετούν συνεδριακές δραστηριότητες αλλά άλλους σκοπούς, οι διοργανωτές δεν παραλείπουν να εξετάσουν κάθε φορά ορισμένα βασικά θέματα. Για παράδειγμα, πόσος χρόνος χρειάζεται για τη διαμόρφωση της αίθουσας, τι περιορισμοί ενδέχεται να υφίσταται σχετικά με το φωτισμό, τον ήχο και τα διάφορα εφέ, καθώς και θέματα σχετικά με την ασφάλεια των συμμετεχόντων (Λαζανά, 2003).

2.3. ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μέχρι στιγμής έχει γίνει ανάλυση των πελατών και των προμηθευτών της συνεδριακής υποδομής και των συνεδριακών υπηρεσιών. Όμως, για να ολοκληρωθεί το κομμάτι της συνεδριακής αγοράς, χρειάζεται να γίνει αναφορά σε μία εξίσου σημαντική κατηγορία επαγγελματιών, η οποία φέρνει σε επαφή όλους αυτούς τους παράγοντες της αγοράς, τους λεγόμενους μεσάζοντες.

Ουσιαστικά αυτοί οι επαγγελματίες διαδραματίζουν έναν ιδιαίτερα δύσκολο ρόλο, αφού καλούνται να συντονίσουν όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, να τους προβάλουν στους ενδιαφερόμενους συνέδρους, να διοργανώσουν το γεγονός, να ελέγξουν ότι όλα θα λειτουργήσουν στην εντέλεια και να βρουν άμεσα λύσεις σε οποιαδήποτε προβλήματα ή δυσκολία προκύψει. Είναι δηλαδή οι επαγγελματίες, χάρη στη συμβολή των οποίων ένα συνέδριο γίνεται πραγματικότητα.

Αυτοί χωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες, ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρουν στη συνεδριακή αγορά.

2.3.1. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Γνωστότεροι με την αγγλική ορολογία που έχει επικρατήσει στο διεθνή συνεδριακό χώρο ως Professional Congress Organizers (PCOs). Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων έχουν τη συνολική ευθύνη για την ομαλή και επιτυχή έκβαση του συνεδρίου. Οι PCOs αφού έρθουν σε επαφή με τους «αγοραστές» και ενημερωθούν από αυτούς για το συνέδριο που επιθυμούν να διεξάγουν, επιλέγουν και παρουσιάζουν τον προορισμό στους «αγοραστές» προβάλλοντας τα θετικά του στοιχεία έναντι ανταγωνιστικών προορισμών. Το στάδιο της παρουσίασης και διεκδίκησης ενός συνεδρίου είναι θέμα υψίστης σημασίας για τον PCO, αφού καλείται να εφαρμόσει συγκεκριμένη στρατηγική και να δώσει δείγματα που χαρακτηρίζουν τον επαγγελματισμό του. Ο PCO που κρίνεται κατάλληλος από τον «αγοραστή» αναλαμβάνει την ευθύνη να προετοιμάσει, συντονίσει και να φέρει εις πέρας όλες τις απαραίτητες δραστηριότητες ενός μεγάλου καταλόγου ζητουμένων υπηρεσιών:

- Εύρεση κατάλληλου συνεδριακού χώρου βάσει του προϋπολογισμού
- Οπτικοακουστικός εξοπλισμός, τεχνική υποστήριξη, μετάφραση, διακόσμηση χώρου, ιδιαιτερότητα ομιλητών κτλ
- Οργάνωση συνεδριακού προγράμματος καθώς και εναλλακτικού για τα άτομα που πιθανόν να συνοδεύουν τους συνέδρους
- Αποστολή αναλυτικών προγραμμάτων συνεδρίου (πριν την διεξαγωγή)
- Συμμετοχή στον σχεδιασμό των λογοτύπων και των αφισών
- Στην περίπτωση συνεδρίου σε διεθνές επίπεδο, σύνταξη όλου του μεταφραστικού υλικού

Ο PCO είναι υπεύθυνος για την εγγραφή των συμμετεχόντων στο συνέδριο, για την εξασφάλιση της ασφαλούς διαμονής τους και για την μεταφορά τους προς και από τον συνεδριακό προορισμό. Επίσης, θα πρέπει να βρίσκεται σε εγρήγορση τόσο πριν την άφιξη των συνέδρων όσο και κατά την διάρκεια διεξαγωγής του συνεδρίου και να είναι σε ετοιμότητα να δώσει άμεση λύση για οτιδήποτε μπορεί να προκύψει (ΣΕΤΕ, 2015).

Οι PCOs, όμως, έχουν την ευθύνη ικανοποίησης των συνοδών των συνέδρων για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι ενήμεροι για τα εξής:

Τα χαρακτηριστικά των συνοδών: Ο PCO χρειάζεται να γνωρίζει την ηλικία, το οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο των συνοδών, τα ενδιαφέροντα τους, ποια μέρη επισκέφτηκαν πρόσφατα και τι δεν τους ικανοποίησε από αυτήν την επίσκεψη.

Έλεγχος στο γένος των συνοδών: Σήμερα συναντάμε ένα ολοένα αυξανόμενο αριθμό γυναικών που κατέχουν ηγετικές θέσεις στις επιχειρήσεις και τις διάφορες οργανώσεις. Κατά συνέπεια, ο συνοδός του συνεδρίου δεν είναι απαραίτητο να ανήκει στο γυναικείο φύλο. Εξ άλλου, ενώ παλαιότερα οι συνοδοί ήταν κατά κανόνα οι γυναίκες των στελεχών ή των συνεδρών, σήμερα δεν αποκλείεται να βρίσκεται στη θέση τους ένας φίλος, ένας γονέας ή και το παιδί τους. Γι' αυτό οι οργανωτές θα πρέπει να προτείνουν δραστηριότητες που να ανταποκρίνονται στα ενδιαφέροντα και των δυο φύλων. Άλλωστε, οι μικρές λεπτομέρειες είναι που κάνουν τη διαφορά.

Ενίσχυση των βασικών πόλων έλξης: Στην ξενάγηση των συνοδών πρέπει να περιληφθούν και σημεία που αποτελούν πόλο έλξης για όλους τους τουρίστες. Δεν είναι σωστό για παράδειγμα οι συνοδοί να πάνε στη Θεσσαλονίκη και να μην επισκεφτούν το Λευκό Πύργο. Στην περίπτωση αυτή ο οργανωτής θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τη φαντασία του ώστε να συνδυάσει την επίσκεψη στο Λευκό Πύργο με κάτι που ο μέσος τουρίστας δεν θα μπορούσε να κάνει.

Εκπαιδευτική χροιά και σχετικότητα: Το πρόγραμμα πρέπει να παρέχει κάτι εκπαιδευτικό, όπως για παράδειγμα επίδειξη τοπικής κουζίνας, ενδυμασιών, μνημείων κλπ. Επίσης, καλό θα ήταν να σχετίζεται με το θέμα του ταξιδιού. Αν για παράδειγμα η πόλη φιλοξενεί το Παγκόσμιο Συνέδριο των Φίλων του Αρχαίου Ελληνικού Θεάτρου, ένας επώνυμος Έλληνας ηθοποιός θα μπορούσε να καλωσορίσει τους συνοδούς και να τους μιλήσει για την ιστορία του αρχαίου ελληνικού θεάτρου.

Προσεκτικός σχεδιασμός: Το πρόγραμμα των καλεσμένων οφείλει να είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να μην έρχεται σε ρήξη με αυτό των συνεδρών, αλλά κάποιες δραστηριότητες καλό θα ήταν να γίνονται από κοινού. Ας μην ξεχνάμε ότι συνήθως οι συνοδοί πληρώνουν από την τσέπη τους τη συμμετοχή τους και θέλουν να περάσουν κάποιο χρόνο μαζί με τους συντρόφους τους αφού γι' αυτούς το ταξίδι μπορεί να αποτελεί ένα είδος διακοπών.

Χρήση του προγράμματος: Δεν υπάρχει τίποτα πιο ενοχλητικό για ένα συμμετέχοντα από το να ανακαλύπτει ότι το προτεινόμενο πρόγραμμα στοιχίζει πολύ περισσότερο από παρόμοιες δραστηριότητες που προσφέρει το ξενοδοχείο ή το γραφείο ταξιδιών σε τουρίστες αναψυχής. Γι' αυτό ο PCO πρέπει να ελέγχει εκ των προτέρων τις τιμές που χρεώνουν για τις αντίστοιχες δραστηριότητες.

Αίσθηση ιδιαίτερης φροντίδας: Οι συνοδοί θέλουν να νιώθουν ότι ο οργανωτής έχει μεριμνήσει γι' αυτούς. Οι δραστηριότητες που τους προτείνουν πρέπει να ξυπνούν μέσα τους τον VIP παρέχοντας τους ιδιαίτερες περιποιήσεις, όπως για παράδειγμα

αρωματοθεραπεία, σπα, σεμινάρια καταπολέμησης τους άγχους, μαθήματα μακιγιάζ για τις κυρίες, μαθήματα ενδυματολογίας για τους κυρίους και αν το επιτρέπει ο προϋπολογισμός, μεταφορά με λιμουζίνες. Για να τους δώσουν την αίσθηση της ιδιαίτερης φροντίδας, οι PCO και οι DMC μπορούν απλά να βάλουν τους εαυτούς τους στη θέση των συνοδών και να αφήσουν τη φαντασία τους ελεύθερη.

Προώθηση του προγράμματος: Μια λεπτομερής και ενθουσιώδης περιγραφή των δραστηριοτήτων σίγουρα δελεάζει τους ενδεχόμενους συμμετέχοντες. Συνεπώς η προώθηση του προγράμματος των κοινών δραστηριοτήτων που αφορούν τις συνοδούς καλό θα ήταν να γίνεται όχι μόνο με on-site registration αλλά στέλνοντας ενημερωτικά φυλλάδια αρκετό καιρό πριν από το ταξίδι.

Ο PCO θα πρέπει να χρησιμοποιούν την ευρηματικότητα τους για να προσφέρουν στους συνοδούς ένα πρόγραμμα ποιότητας το οποίο θα τους επιτρέψει να γνωρίσουν τον προορισμό, ξεφεύγοντας από τα κοινότυπα τουριστικά πακέτα και μετατρέποντας το ταξίδι σε μια εμπειρία που θα την θυμούνται για πολύ καιρό.

2.3.2. DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES (DMVs)

Οι DMCs είναι τοπικές εταιρείες με την έδρα τους στον προορισμό του ταξιδιού κινήτρου ή του συνεδρίου. Γνωρίζουν άριστα την τοπική αγορά και τους προμηθευτές. Επίσης, έχουν μεγάλη αγοραστική δύναμη και προσωπικές επαφές με σημαντικούς τοπικούς παράγοντες. Οι DMCs είναι γνωστοί στον χώρο, οφείλουν να είναι δημιουργικοί, πρωτότυποι και εφευρετικοί στις ιδέες που προτείνουν για τα προγράμματα αναψυχής. Σε αυτό συμβάλει και το γεγονός ότι εδρεύουν στον προορισμό και έτσι είναι σε θέση να ενημερώνονται άμεσα για τις υπάρχουσες αλλά και νέες υπηρεσίες που μπορούν να παρασχεθούν (ΣΕΤΕ,2015).

Αντίστοιχα, όπως οι PCOs, έτσι και οι DMCs θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τι θα πρέπει να προσέξουν, ώστε να ικανοποιήσουν και τους συνοδούς των συνεδρών.

2.3.3. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΥΡΕΥΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Γνωστοί και ως Venue Finding Agencies (VFA), οι εταιρείες εύρεσης συνεδριακών χώρων ερευνούν και προτείνουν στους «αγοραστές» τους καταλληλότερους χώρους για την διεξαγωγή των συνεδρίων τους. Οι συγκεκριμένες εταιρείες, έχοντας συγκεντρώσει

από τον «αγοραστή» στοιχεία προϋπολογισμού, αριθμού συνεδρών, επιθυμητής περιοχής και ημερομηνίας διεξαγωγής, παρουσιάζουν σε μικρό χρονικό διάστημα τους προτεινόμενους χώρους. Οι συγκεκριμένες εταιρείες δεν επιβάλλουν κάποια χρέωση στον πελάτη αλλά παίρνουν προμήθεια της τάξεως 8-10% από τις κρατήσεις που γίνονται στα συνεδριακά κέντρα μέσω των γραφείων τους.

Η αξιολόγηση των χώρων γίνεται με την χρήση ερωτηματολογίων που μοιράζονται κατά το τέλος του συνεδρίου στους συνέδρους, οι οποίοι αξιολογούν συνολικά το συνέδριο. Έτσι, οι εταιρείες εύρεσης συνεδριακών χώρων έχουν μια ολοκληρωμένη εικόνα, τόσο για τις υπηρεσίες του κέντρου όσο και για την γενικότερη διοργάνωση του συνεδρίου (ΣΕΤΕ,2015)

2.3.4. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Πρόκειται για εταιρείες οι οποίες ασχολούνται αποκλειστικά με τη διεξαγωγή συνεδρίων. Αναλαμβάνουν δηλαδή τον σχεδιασμό, τη διαμόρφωση του χώρου, τον φωτισμό και λοιπά τεχνικά ζητήματα. Έχουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα οπτικοακουστικών μεθόδων και τεχνολογίας, ενώ χρειάζεται να είναι δημιουργικοί ώστε τα συνέδρια που διοργανώνουν να είναι ενδιαφέροντα και να μένουν στη μνήμη όσων το παρακολούθησαν (ΣΕΤΕ,2015)

2.3.5. ΛΟΙΠΟΙ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ

Στους Λοιπούς ενδιαμέσους περιλαμβάνονται οι πάροχοι διάφορων υπηρεσιών όπως ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού, μεταφράσεων, εκτυπώσεων, catering, πάροχοι υπηρεσιών διαδικτύου κλπ. (ΣΕΤΕ,2015)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

3.1. ΔΙΕΘΝΗΣ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Οι εξελίξεις στον 19^ο και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα στις Η.Π.Α. και την Ευρώπη

Κατά το τέλος του 19^{ου} και τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, η βιομηχανοποίηση εξαπλώθηκε σε όλη την ΗΠΑ όπως και στην δυτική Ευρώπη. Με την ανάπτυξη της βιομηχανίας και του εμπορίου δημιουργήθηκε η ανάγκη για επαγγελματικές συναντήσεις μεταξύ επιχειρηματιών. Όμως, όπως σημειώνουν οι Falk και Pizam (1991), οι συναντήσεις δεν περιορίζονταν σε επιχειρηματίες και επαγγελματίες αλλά εξαπλώνονταν, επίσης, και σε όσα άτομα συγκεντρώνονταν για να συζητήσουν και να ανταλλάξουν ιδέες σε πολιτικά, θρησκευτικά, λογοτεχνικά, ψυχαγωγικά και διάφορα άλλα θέματα

Το πρώτο γραφείο συνεδρίων στις Ηνωμένες Πολιτείες άνοιξε στο Detroit το 1896. Αρχικά, η διοίκηση ενός ξενοδοχείου προωθούσε την πόλη ή την περιοχή του συμπληρωματικά της διαφήμισης των υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων του για φιλοξενία συνεδρίων και συναντήσεων. Όμως, όταν τα οικονομικά οφέλη που προέρχονταν από την βιομηχανία των συνεδρίων αναγνωρίστηκαν από τις πόλεις, ήταν οι επιχειρηματίες του Ντιτρόιτ που πρώτοι προσέλαβαν έναν πωλητή με σκοπό τη διοργάνωση επιχειρηματικών συνεδρίων στην περιοχή (Gartrell, 1994). Αυτή η προσέγγιση αποδείχθηκε εξαιρετικά δημοφιλής και άλλες πόλεις γρήγορα ακολούθησαν το παράδειγμα μέσα στην επόμενη δεκαετία. Γραφεία συνεδρίων ιδρύθηκαν στο Κλίβελαντ το 1908, στο Ντένβερ και στο St. Louis το 1909, και στο Λος Άντζελες το 1910 (Rogers, 1998).

Ο πολλαπλασιασμός των γραφείων συνεδρίων στις Ηνωμένες Πολιτείες οδήγησε στην ίδρυση του International Association of Convention Bureaus (IACB) το 1914. Οι κύριοι στόχοι του ήταν να διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών γύρω από την βιομηχανία συνεδρίων ανάμεσα στα μέλη της και να προάγει επαγγελματικές πρακτικές στη δημιουργία και στην εξυπηρέτηση συνεδρίων και συναντήσεων. Η αυξανόμενη έμφαση στην προσέλκυση επισκεπτών επί πλέον της βιομηχανίας συνεδρίων οδήγησε στην προσθήκη του γράμματος “V” για “Visitors” στο όνομα του οργανισμού το 1974, μετονομαζόμενος έτσι σε International Association of Convention and Visitors Bureaus (IACVB) (Schweitzer, 1997).

Στην Ευρώπη, αντίθετα, δεν επικρατούσε η ίδια κατάσταση όπως στις Ηνωμένες Πολιτείες αυτήν την περίοδο. Ο Rogers (1998) δηλώνει ότι το η συνέλευση της

Βιέννης, που διοργανώθηκε από τον Σεπτέμβριο του 1814 έως τον Ιούνιο του 1815, μπορεί να θεωρηθεί ως το πρώτο πραγματικό διεθνές συνέδριο, με συμμετέχοντες αντιπροσώπους από τις περισσότερες παγκόσμιες δυνάμεις της εποχής. Όμως ο Rogers επισημαίνει ακόμη ότι τα λίγα διεθνή συνέδρια, από τα οποία τα περισσότερα ήταν πολιτικής ή επιστημονικής φύσεως, που έλαβαν χώρα στο υπόλοιπο του 19^{ου} αιώνα και στο πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα ήταν ασήμαντα και δεν συνέβαιναν αρκετά συχνά ούτως ώστε να θεωρηθούν σαν μία βιομηχανία. Επί πλέον, το στυλ των επιχειρήσεων εκείνων των ημερών δεν συνέβαλλε στην διοργάνωση συνεδρίων όπου απόψεις και ιδέες θα μπορούσαν να ανταλλαχθούν. Βέβαια, οι δύο παγκόσμιοι πόλεμοι που έλαβαν μέρος στο πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα στην Ευρώπη εμπόδισαν μια πιο ραγδαία ανάπτυξη της βιομηχανίας στην περιοχή.

Η Βιομηχανία Συνεδρίων από τη δεκαετία του 1950 και έπειτα

Η μεγέθυνση της βιομηχανίας συνεδρίων ξεκινώντας από την δεκαετία του 1950 οφείλεται σε έναν αριθμό παραγόντων αναφορικά και με την πλευρά της προσφοράς και με την πλευρά της ζήτησης. Μερικοί από αυτούς τους παράγοντες σχετίζονται στενά με τους παράγοντες που βοήθησαν στην μεγέθυνση του τουρισμού γενικά. Για παράδειγμα, η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, η μεγαλύτερη ροπή προς τα ταξίδια, ο αυξανόμενος ελεύθερος χρόνος και οι διάφορες βελτιώσεις στις μεταφορές και στην τεχνολογία συντέλεσαν στην ανάπτυξη της βιομηχανίας συνεδρίων. Ο Lawson (2000) προτείνει πληθώρα παραγόντων ειδικά για τον συνεδριακό τουρισμό που βοήθησαν στην ανάπτυξη του:

- Επέκταση των κυβερνητικών και άλλων οργανισμών, μαζί με μία αυξανόμενη ανάγκη για συναντήσεις μεταξύ των δημοσίων και των ιδιωτικών τομέων
- Ανάπτυξη των πολυεθνικών επιχειρήσεων και των πανεθνικών οργανισμών που απαιτούσαν περισσότερες συναντήσεις μεταξύ των διαφόρων τμημάτων τους και μεταξύ των διαφόρων περιοχών τους
- Εξελίξεις στα ενδιαφέροντα των συλλόγων και στις επαγγελματικές ομάδες και συλλόγους
- Αλλαγές στις τεχνικές των πωλήσεων και η χρησιμοποίηση των συνεδρίων για την προώθηση των πωλήσεων
- Η ανάγκη για κατοχή των πιο πρόσφατων πληροφοριών και μεθόδων μέσω της εκπαίδευσης management μέσα στην εταιρεία. Επίσης, η συνεχής

επαγγελματική ανάπτυξη και η συμμετοχή σε προγραμματισμένες συναντήσεις

- Η ανάπτυξη των εξειδικευμένων συνεδρίων πάνω σε ένα θέμα επέτρεπε σε έναν ειδικό να μεταδώσει πληροφορίες πάνω σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων που δραστηριοποιούνταν περιφερειακά

Αποτέλεσμα της αυξανόμενης ζήτησης για συναντήσεις και συνέδρια και εν όψει των εν δυνάμει οικονομικών πλεονεκτημάτων από αυτή τη βιομηχανία, πολλοί προορισμοί σε όλο τον κόσμο επένδυσαν μεγάλα χρηματικά ποσά για την ανάπτυξη της υποδομής τους. Εθνικά και τοπικά γραφεία συνεδρίων προωθούσαν ενεργά τις εγκαταστάσεις των προορισμών καθώς και άλλα πλεονεκτήματα τους που επιδρούσαν στην εκλογή του κατάλληλου μέρους. Επί πλέον, η αντιπροσώπευση και ο συντονισμός της βιομηχανίας μέσω των διεθνών, των εθνικών και των τοπικών συλλόγων αναπτύχθηκε, επίσης, σημαντικά (Lawson, 2000).

Σήμερα, η βιομηχανία συνεδρίων θεωρείται σαν ένας από τους καλύτερους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας. Είναι ανελαστικός σε πιθανές αλλαγές τιμών και βοηθά στη μείωση της εποχικότητας (Oppermann, 1996). Η βιομηχανία συνεδρίων έχει την δυνατότητα να προσελκύσει επισκέπτες υψηλής εισοδηματικής στάθμης, οι οποίοι, συχνά, παραμένουν περισσότερο και κάνουν επαναλαμβανόμενα ταξίδια σε έναν προορισμό. Επί πλέον, το να φιλοξενεί κανείς διεθνή συνέδρια, θεωρείται ότι δίνει μεγάλο κύρος και οδηγεί τις τουριστικές αρχές σε όλο τον κόσμο να επιθυμούν διακαώς να προσελκύσουν επισκέπτες συνεδρίων στους προορισμούς τους.

3.1.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Ο οργανισμός Union of International Associations (UIA) είναι ένας διεθνής σύλλογος βιομηχανιών, ο οποίος έχει συλλέξει στατιστικά στοιχεία πάνω στις συναντήσεις και τα συνέδρια για περισσότερα από σαράντα χρόνια. Χρησιμοποιώντας αυστηρά κριτήρια για την συλλογή των δεδομένων, είναι διεθνώς γνωστός σαν η πιο έγκυρη πηγή της βιομηχανίας. Οι ακόλουθες τοποθετήσεις βασίζονται στα νούμερα του UIA και μας δίνουν μία ιδέα για τις αλλαγές που έχουν γίνει από το 1954 έως το 1999. Διαβάζοντας προσεκτικά κανείς αυτά τα νούμερα, είναι σημαντικό να θυμάται ότι αυτά αναφέρονται μόνο σε συναντήσεις διεθνών συλλόγων. Συνεπώς, δεν λαμβάνουν υπόψη

την εθνική και την τοπική συνεδριακή δραστηριότητα ή τον επιχειρηματικό τομέα, ο οποίος, σύμφωνα με το Lawson (2000), αριθμεί την μεγάλη πλειοψηφία αυτής της βιομηχανίας. Παρόλα αυτά, τα διεθνή συνέδρια, ενώ είναι σχετικά μικρά σε συνολικούς αριθμούς, είναι τα μεγαλύτερα γεγονότα της βιομηχανίας MICE και δημιουργούν σημαντικά οικονομικά οφέλη για τους προορισμούς υποδοχής.

Παγκόσμια Διανομή

Ο πίνακας 3.2.1. παρουσιάζει μία συνολική θεώρηση των συμμετοχών ανά ήπειρο για την παγκόσμια συνεδριακή αγορά κατά τα τελευταία σαράντα με πενήντα χρόνια. Οι τάσεις που παρατηρήθηκαν από τον Oppermann (1996), βασισμένες στους στατιστικούς υπολογισμούς μέχρι και το 1993, δείχνουν αμετάβλητες. Και το 1999 η Ευρώπη παραμένει η ήπειρος στην οποία έχει διοργανωθεί η πλειοψηφία των διεθνών συνεδρίων. Όμως, το ποσοστό της συνεχίζει να μειώνεται από 74 τοις εκατό το 1954 σε 61 τοις εκατό το 1992 και σε 57 τοις εκατό το 1999. Παράλληλα, ο αριθμός των διεθνών συνεδρίων που διοργανώθηκαν στις Ασιατικές χώρες έχει αυξηθεί από 4 τοις εκατό το 1954 σε 12 τοις εκατό το 1992 και σε 13 τοις εκατό το 1999.

Πίνακας 3.2.1. : Κατάταξη χωρών στη διοργάνωση συνεδρίων

A/A	ΧΩΡΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
1	ΗΠΑ	925
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	667
3	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	582
4	ΙΣΠΑΝΙΑ	572
5	ΓΑΛΛΙΑ	522
6	ΙΤΑΛΙΑ	504
7	ΙΑΠΩΝΙΑ	355
8	ΚΙΝΑ	333
9	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	333
10	ΚΑΝΑΔΑΣ	308
.....		
26	ΕΛΛΑΔΑ	152

Πηγή: ICCA (2016), ίδια επεξεργασία

3.1.2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

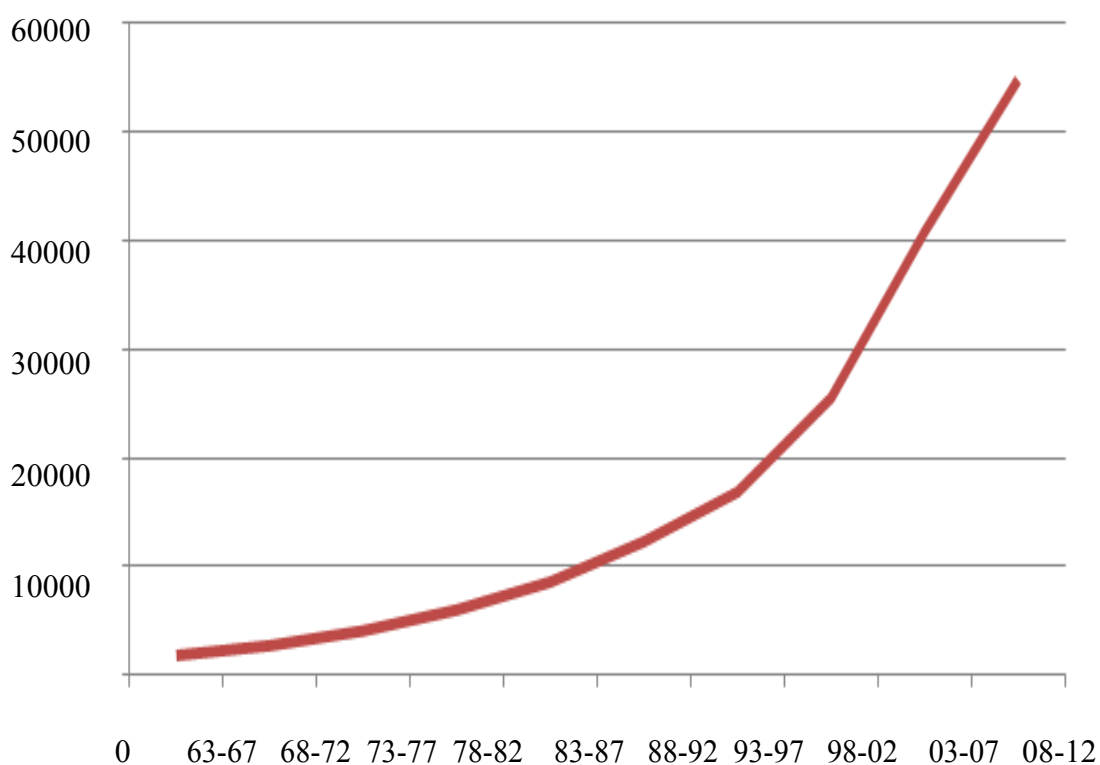
Στην ενότητα αυτή αναλύονται τα σημαντικότερα στοιχεία που αφορούν το συνεδριακό τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο, έτσι όπως δημοσιεύτηκαν από την ICCA το 2012 και το 2016. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα στοιχεία αυτά αφορούν τα συνέδρια:

- Διεθνών ενώσεων και οργανισμών (κυβερνητικών ή μη) και όχι τα εταιρικά συνέδρια, στα οποία συμμετέχουν πάνω από 50 άτομα, που έχουν επαναλαμβανόμενη φύση (ετησίως ή κάθε 3 χρόνια κτλ.) και στα οποία μετακινούνται σύνεδροι από 3 τουλάχιστον χώρες.

Αριθμός συνεδρίων

Η βάση δεδομένων του ICCA περιέχει 173.432 συναντήσεις που έλαβαν χώρα κατά την περίοδο 1963 – 2012. Στο διάγραμμα 3.1.3.1 παρουσιάζεται ο αριθμός των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν κατά την περίοδο 1962 - 2012 σε παγκόσμιο επίπεδο, σύμφωνα με την έκθεση που έκανε το ICCA το 2013 για τα 50 χρόνια του συνεδριακού τουρισμού. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι ο ρυθμός αύξησης των συνεδρίων κάθε χρόνο είναι 10% , έχοντας ως αποτέλεσμα, κάθε δέκα χρόνια των διπλασιασμό των συνεδρίων.

Διάγραμμα 3.1.3.1. : Αριθμός συνεδρίων 1962-2012



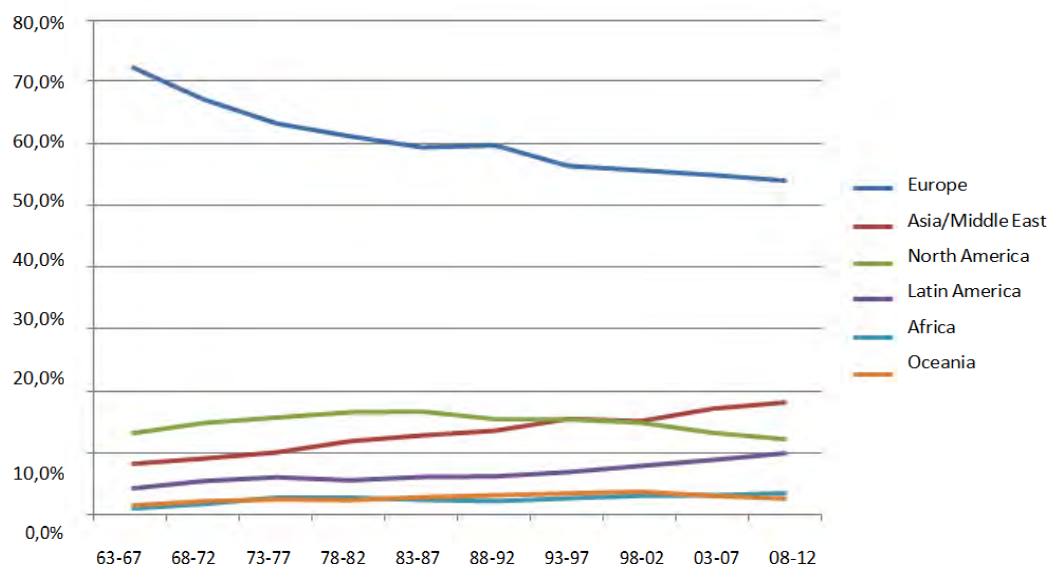
Πηγή: ICCA (2013)

Γεωγραφική κατανομή συνεδρίων ανά ήπειρο

Στο επόμενο διάγραμμα 3.1.3.2 και τον πίνακα 3.1.3.1 παρουσιάζονται τα ποσοστά των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν ανά ήπειρο την περίοδο 1963 – 2012, σύμφωνα με την έκθεση του ICCA το 2013.

Όπως είναι φανερό, τα τελευταία 50 χρόνια, η Ευρώπη προσελκύει το μεγαλύτερο αριθμό συνεδριάσεων ανά περιφέρεια. Παρόλο που υπάρχει συρρίκνωση στο μερίδιο αγοράς της τα τελευταία χρόνια, το 2012 το ποσοστό της ήταν 54%. Ακολουθούν η Ασία - Μέση Ανατολή που, με σταθερά ανοδική πορεία κατέχει το ποσοστό 18,2%, η Βόρεια Αμερική με ποσοστό 12%, το οποίο είναι και το μικρότερο ολόκληρης της χρονικής περιόδου, η Νότια Αμερική με ποσοστό 10%, το οποίο είναι και το υψηλότερο ποσοστό της, ενώ στις δυο τελευταίες θέσεις βρίσκονται η Αφρική και η Ωκεανία με ποσοστά 3,3% και 2,5% αντίστοιχα. Παρατηρείται ότι η υπάρχει αύξηση του μεριδίου της αφορά στη διοργάνωση συνεδρίων στην Αφρική, ενώ εμφανίζεται μείωση στο ποσοστό συνεδρίων που διοργανώνονται στην Ωκεανία.

Διάγραμμα 3.1.3.2: Ποσοστά συνεδρίων ανά ήπειρο 1962-2012



Πηγή: ICCA (2013)

Πίνακας 3.1.3.1: Ποσοστά συνεδρίων ανά ήπειρο

ΧΩΡΕΣ	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
ΕΥΡΩΠΗ	72.3%	67.1%	63.2%	61.2%	59.4%	59.7%	56.4%	55.6%	54.9%	54.0%
ΑΣΙΑ	8.2%	9.1%	10.1%	11.9%	12.8%	13.6%	15.5%	15.1%	17.2%	18.2%
ΒΟΡ.ΑΜΕΡΙΚΗ	13%	14.8%	15.7%	16.5%	16.7%	15.4%	15.4%	14.8%	13.1%	12.0%
ΝΟΤ.ΑΜΕΡΙΚΗ	4.2%	5.4%	6.0%	5.5%	6.1%	6.2%	6.9%	7.9%	8.9%	10.0%
ΑΦΡΙΚΗ	0.9%	1.6%	2.6%	2.6%	2.2%	2.1%	2.5%	2.9%	3.0%	3.3%
ΩΚΕΑΝΙΑ	1.4%	2.1%	2.4%	2.3%	2.8%	3.1%	3.4%	3.7%	3.0%	2.5%
ΣΥΝΟΛΑ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Πηγή: ICCA (2013), ίδια επεξεργασία

Γεωγραφική κατανομή ανά χώρα

Στο πίνακα 3.1.3.2. παρουσιάζονται οι αριθμοί των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν στις 20 πρώτες χώρες την περίοδο 1963 – 2012, ενώ στο πίνακα 3.1.3.3. εμφανίζονται αναλυτικά τα ποσοστά που συγκεντρώνουν, κατά την παγκόσμια κατάταξη, οι 20 πρώτες χώρες στη πραγματοποίηση συνεδρίων, σύμφωνα με την έκθεση του ICCA το 2013.

Όπως φαίνεται και στο πίνακα 3.1.3.2. γίνεται αντιληπτό ότι οι ΗΠΑ αποτελούν τη πιο δημοφιλή διεθνή χώρα για τη πραγματοποίηση συνεδρίων, έχοντας εδραιώσει τη θέση της ως συνεδριακός προορισμός τα τελευταία πενήντα χρόνια.

Στη δεύτερη θέση το 2012, είναι η Γερμανία, η οποία τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια αποτελεί ένα από τους πιο δημοφιλείς συνεδριακούς προορισμούς.

Σημαντική είναι η εξέλιξη της Ισπανίας ως συνεδριακός προορισμός, η οποία τα τελευταία χρόνια σημειώνει ραγδαία αύξηση στη διοργάνωση συνεδρίων, και αποτελεί την τρίτη χώρα συνεδριακού προορισμού για το 2012.

Εντύπωση, βέβαια, προκαλεί η ραγδαία αύξηση πραγματοποίησης συνεδρίων στη Κίνα, και στην Βραζιλία, η οποίες πλέον βρίσκονται στη πρώτη δεκάδα των κορυφαίων συνεδριακών προορισμών, στην έβδομη και ένατη θέση αντίστοιχα.

Πίνακας 3.1.3.2.: Αριθμός συνεδρίων ανά χώρα

A/A	ΧΩΡΑ	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	Η.Π.Α	984	1,32	1,784	2,56	3,519	4,277
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	693	816	959	1,478	2,299	3,091
3	ΙΣΠΑΝΙΑ	283	501	635	1,08	1,82	2,523
4	ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ	596	798	1,028	1,43	1,958	2,381
5	ΓΑΛΛΙΑ	531	833	971	1,333	1,897	2,338
6	ΙΤΑΛΙΑ	437	588	771	1,227	1,814	2,199
7	ΚΙΝΑ-P.R.	52	146	232	440	1,159	1,685

8	ΙΑΠΩΝΙΑ	309	528	710	932	1,297	1,591
9	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	135	203	267	530	972	1,534
10	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	336	540	651	843	1,159	1,489
11	ΚΑΝΑΔΑΣ	354	439	571	815	1,1	1,405
12	ΑΥΣΤΡΙΑ	209	317	404	505	1,015	1,305
13	ΕΛΒΕΤΙΑ	270	341	366	558	944	1,245
14	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	176	304	488	791	995	1,14
15	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	99	169	271	457	817	1,117
16	ΚΟΡΕΑ	66	122	219	410	762	1,103
17	ΣΟΥΗΔΙΑ	259	367	411	658	834	1,102
18	ΒΕΛΓΙΟ	229	278	373	478	708	1,004
19	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	92	132	182	309	532	938
20	ΜΕΞΙΚΟ	86	120	227	386	703	873
	ΑΛΛΕΣ	2,389	3,398	5,341	8,315	14,519	20,504
ΣΥΝΟΛΑ		8,585	12,26	16,861	25,535	40,823	54,844

Πηγή: ICCA (2013), ίδια επεξεργασία

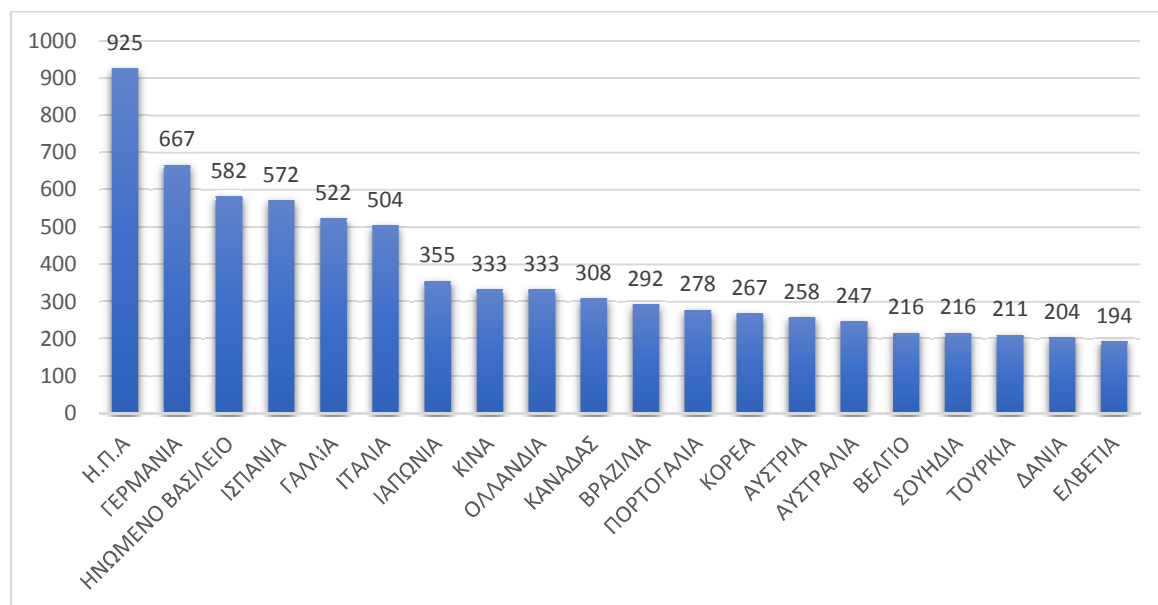
Πίνακας 3.1.3.3. : Ποσοστά συνεδρίων ανά χώρα

Α/Α	ΧΩΡΑ	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	ΗΠΑ.	11.5%	10.8%	10.6%	10.0%	8.6%	7.8%
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	8.1%	6.7%	5.7%	5.8%	5.6%	5.6%
3	ΙΣΠΑΝΙΑ	3.3%	4.1%	3.8%	4.2%	4.5%	4.6%
4	ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ	6.9%	6.5%	6.1%	5.6%	4.8%	4.3%
5	ΓΑΛΛΙΑ	6.2%	6.8%	5.8%	5.2%	4.6%	4.3%
6	ΙΤΑΛΙΑ	5.1%	4.8%	4.6%	4.8%	4.4%	4.0%
7	ΚΙΝΑ	0.6%	1.2%	1.4%	1.7%	2.8%	3.1%
8	ΙΑΠΩΝΙΑ	3.6%	4.3%	4.2%	3.6%	3.2%	2.9%
9	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	1.6%	1.7%	1.6%	2.1%	2.4%	2.8%
10	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	3.9%	4.4%	3.9%	3.3%	2.8%	2.7%
11	ΚΑΝΑΔΑΣ	4.1%	3.6%	3.4%	3.2%	2.7%	2.6%
12	ΑΥΣΤΡΙΑ	2.4%	2.6%	2.4%	2.0%	2.5%	2.4%
13	ΕΛΒΕΤΙΑ	3.1%	2.8%	2.2%	2.2%	2.3%	2.3%
14	ΑΥΣΤΑΛΙΑ	2.1%	2.5%	2.9%	3.1%	2.4%	2.1%
15	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1.2%	1.4%	1.6%	1.8%	2.0%	2.0%
16	ΚΟΡΕΑ	0.8%	1.0%	1.3%	1.6%	1.9%	2.0%
17	ΣΟΥΗΔΙΑ	3.0%	3.0%	2.4%	2.6%	2.0%	2.0%
18	ΒΕΛΓΙΟ	2.7%	2.3%	2.2%	1.9%	1.7%	1.8%
19	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	1.1%	1.1%	1.1%	1.2%	1.3%	1.7%
20	ΜΕΞΙΚΟ	1.0%	1.0%	1.3%	1.5%	1.7%	1.6%
	ΑΛΛΟ	27.8%	27.7%	31.7%	32.6%	35.6%	37.4%
ΣΥΝΟΛΟ		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Πηγή: ICCA (2013), ίδια επεξεργασία

Στο πίνακα 3.1.3.4. παρουσιάζονται οι αριθμοί των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν στις 20 πρώτες χώρες το έτος 2015, σύμφωνα με την παρουσίαση στατιστικών στοιχείων του ICCA το 2016.

Πίνακας 3.1.3.4. : Αριθμός συνεδρίων ανά χώρα το 2015

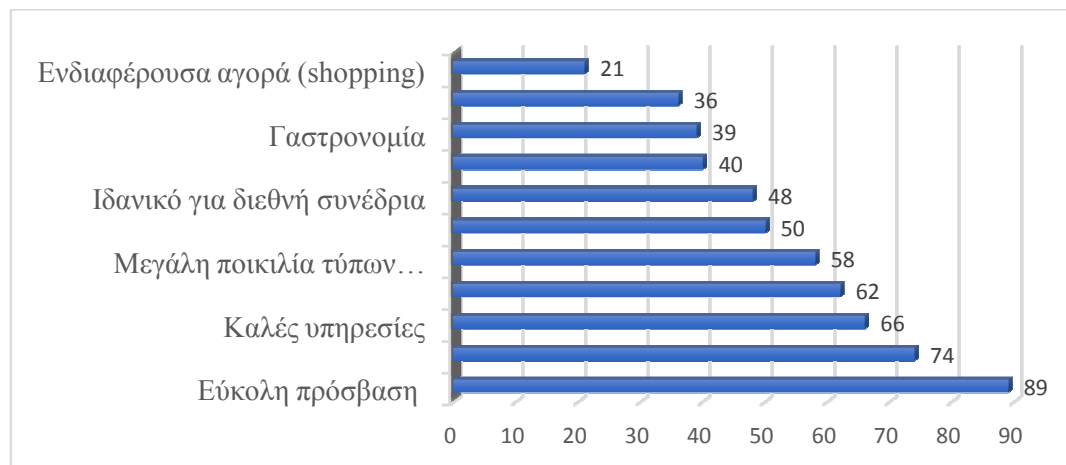


Πηγή: ICCA, (2016), ίδια επεξεργασία

Παρατηρείτε ότι οι Η.Π.Α. συνεχίζουν να κατέχουν την πρώτη θέση ως συνεδριακός προορισμός στο παγκόσμιο χάρτη. Μόνο το 2015, πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ 925 συνέδρια.

Στη δεύτερη θέση, παραμένει η Γερμανία, με τον αριθμό πραγματοποιηθέντων συνεδρίων να ανέρχεται στα 667, για το έτος 2015. Ενώ σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Europäisches Institut für Tagungs-Wirtschaft το 2014, οι διοργανωτές ανέφεραν ότι η Γερμανία ξεχωρίζει για την διαθεσιμότητα χώρων, για την υποδομή της και την ποιότητα των υπηρεσιών. Τα αποτελέσματα είναι διαθέσιμα στο διάγραμμα 3.1.3.3.

Διάγραμμα 3.1.3.3. Πλεονεκτήματα Γερμανίας



Πηγή : ΣΕΤΕ (2015), ίδια επεξεργασία

Στη τρίτη θέση, πλέον, τοποθετείτε η Μεγάλη Βρετανία, χωρίς όμως να υπάρχει μεγάλη διαφορά με την Ισπανία η οποία βρίσκεται στη τέταρτη θέση, με την διαφορά μεταξύ τους να ανέρχεται στα δέκα συνέδρια.

Γεωγραφική κατανομή ανά πόλη

Στο πίνακα 3.1.3.5. παρουσιάζονται οι αριθμοί των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν στις 20 πρώτες πόλεις την περίοδο 1963 – 2012, σύμφωνα με την έκθεση του ICCA το 2013.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι τα σύνολα της κατάταξης πόλης είναι υψηλότερα από τα σύνολα κατάταξης μιας χώρας, λόγω των διαφορετικών μεθόδων υπολογισμού. Δηλαδή αν μια συνάντηση λαμβάνει χώρα σε περισσότερες από μία πόλεις, υπολογίζεται μόνο μία φορά ανά χώρα στην κατάταξη των χωρών, ενώ στην κατάταξη πόλεων, αυτή υπολογίζεται ξεχωριστά για όλες τις πόλεις που συμμετέχουν.

Την πρώτη θέση κατέχει το Παρίσι, στη δεύτερη θέση είναι η Βιέννη, ενώ στη Τρίτη θέση βρίσκεται η Βαρκελώνη, μία πόλη που τα τελευταία 15 χρόνια αποτελεί έναν από τους κορυφαίους συνεδριακούς προορισμούς.

Πίνακας 3.1.3.5.: Η κατάταξη των πόλεων

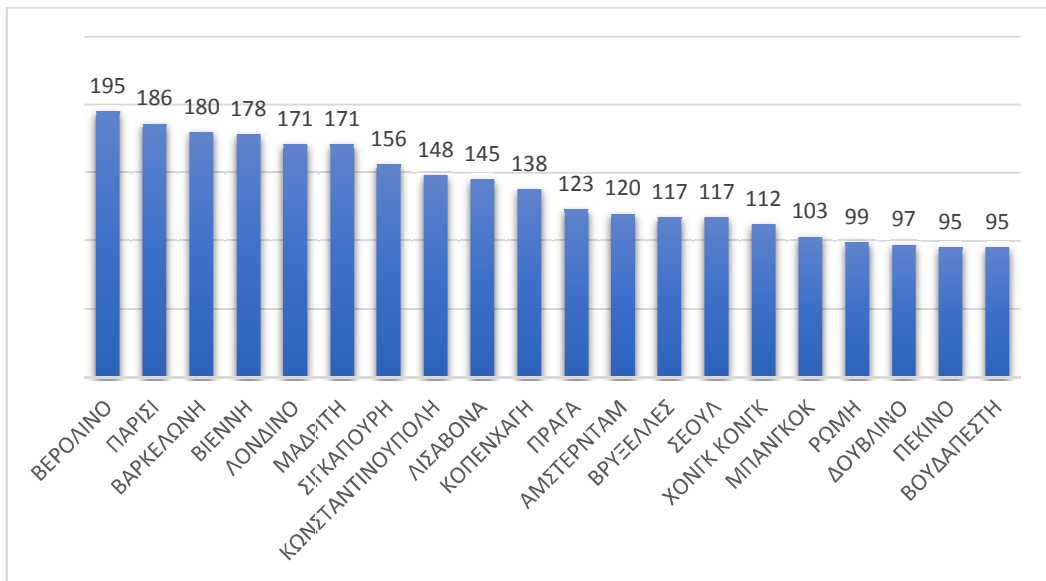
A/A	ΠΟΛΗ	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	ΠΑΡΙΣΗ	191	300	333	445	709	897
2	BIENNH	129	210	258	331	695	875
3	ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ	68	140	210	335	584	822
4	ΒΕΡΟΛΙΝΟ	105	160	202	313	596	772

5	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	97	128	170	264	550	721
6	ΛΟΝΔΙΝΟ	183	187	196	328	482	666
7	ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ	113	187	229	297	442	612
8	ΜΑΔΡΙΤΗ	119	156	150	249	378	611
9	ΚΩΝ/ΠΟΛΗ	18	44	106	133	320	601
10	ΠΕΚΙΝΟ	38	95	154	209	478	598
11	ΛΙΣΑΒΟΝΑ	59	100	158	246	433	569
12	ΚΟΠΕΝΧΑΓΗ	114	144	251	318	408	568
13	ΠΡΑΓΑ	32	92	165	259	483	561
14	ΣΕΟΥΛ	61	110	166	264	441	548
15	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	133	143	146	214	332	537
16	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	118	169	197	302	351	532
17	ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ	103	166	244	264	445	526
18	ΜΠΟΥΕΝΟΣ ΑΙΡΕΣ	70	94	115	195	342	524
19	ΡΩΜΗ	88	106	148	232	367	509
20	ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	47	95	173	238	384	456
	ΑΛΛΟ	6,712	9,456	13,119	20,162	31,79	42,59
ΣΥΝΟΛΑ		8,598	12,282	16,89	25,598	41,01	55,095

Πηγή: ICCA (2012), ίδια επεξεργασία

Συγκριτικά με τα αποτελέσματα από το ICCA το 2015, όπως φαίνεται στο πίνακα 3.1.3.6. , παρατηρείτε ότι το Βερολίνο, μέσα σε τρία χρόνια κατάφερε το 2015 να σκαρφαλώσει στη πρώτη θέση και να αποτελέσει το δημοφιλέστερο συνεδριακό προορισμό για το 2015, αφήνοντας στη δεύτερη θέση το Παρίσι. Η Βαρκελώνη διατήρησε τη τρίτη θέση ως συνεδριακός προορισμός, ενώ αντίθετα η Βιέννη έπεσε στη τέταρτη θέση. Το Λονδίνο κατάφερε να ανέβει στη πέμπτη θέση, συμπληρώνοντας την πρώτη πεντάδα με τους κορυφαίους συνεδριακούς προορισμούς, για το έτος 2015.

Πίνακας 3.1.3.6. : Η κατάταξη των πόλεων το 2015



Πηγή: ICCA (2016), ίδια επεξεργασία

3.1.3. ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Βερολίνο

Το Βερολίνο αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον παράδειγμα της αύξησης της ζήτησης για συνεδριακό τουρισμό γεγονός το οποίο συνδέεται τόσο με την εντυπωσιακή καμπάνια-προβολής της πόλης, της μετατροπής της σε συγκοινωνιακό «κόμβο» της Κεντρικής Ευρώπης και της προσφοράς ποιοτικών υπηρεσιών σε παράλληλες εκδηλώσεις ψυχαγωγικού και πολιτιστικού περιεχομένου. Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία που παρουσιάστηκαν από το ICCA,2015, το Βερολίνο αποτελεί ένα από τα πλέον επιτυχημένα παραδείγματα εδραίωσης ενός προορισμού συνεδριακού τουρισμού, καθώς είναι στη πρώτη θέση, με 195 συνέδρια (Morgan, Pritchard και Pride, 2002),.

Βαρκελώνη.

Η Βαρκελώνη αποτελεί ακόμα ένα παράδειγμα επιτυχημένου προορισμού για συνεδριακό τουρισμό. Η διαφημιστική καμπάνια εκμεταλλεύτηκε την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων από την πόλη ήδη από την ημερομηνία ανάληψής τους, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι το 1993 (τον επόμενο χρόνο των Ολυμπιακών Αγώνων η πόλη αναδείχθηκε πρώτος συνεδριακός προορισμός στην Ευρώπη (Swarbrooke και Horner,2002). Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA,2015 η Βαρκελώνη βρίσκεται στη τρίτη θέση με τον αριθμό των συνεδρίων να είναι 180.

Ιδιαίτερη αναφορά αξίζει να γίνει στην πόλη της Βαρκελώνης όπου τα τελευταία είκοσι χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί τεράστια έργα όσον αφορά τις υποδομές της μεταμορφώνοντας την πόλη σε έναν παγκόσμιο συνεδριακό προορισμό. Τα έργα που πραγματοποιηθήκαν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες το 1992 και την παγκόσμια έκθεση Forum 2004 δημιούργησαν υποδομές φιλοξενεί 16.000 συνέδρων (παγκόσμιο συνεδριακό κέντρο).

Σύδνεϋ

Η ιδιαιτερότητα τού Σύδνεϋ το οποίο επίσης συνέδεσε την διαφημιστική του καμπάνια με την ανάληψη και διοργάνωση της Ολυμπιάδας ήταν ότι η σημαντική βελτίωση της θέσης του ως προορισμού Συνεδριακού Τουρισμού φαίνεται να επηρέασε θετικά – μέσω της αναβαθμισμένης διαφημιστικής εικόνας - την ζήτηση για το σύνολο της χώρας (Brown, Chalip , Jago και Mules,2002)

3.2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα τελευταία χρόνια η συνεδριακή υποδομή της Ελλάδος έχει βελτιωθεί σημαντικά, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν πρέπει να ενταθούν οι προσπάθειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα έχει ρυθμό ανάπτυξης 5% το χρόνο, καταλαμβάνοντας την 24η θέση μεταξύ 124 χωρών, σύμφωνα με το Δείκτη Τουριστικής και Ταξιδιωτικής Ανταγωνιστικότητας. Σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της υστερεί έναντι της Ισπανίας και της Πορτογαλίας, που βρίσκονται στην 15η και 22η θέση αντίστοιχα, ενώ υπερτερεί έναντι της Τουρκίας, της Κροατίας και της Αιγύπτου που βρίσκονται στην 52η, 38η και 58η θέση. Σύμφωνα με το World Economic Forum τα πλεονεκτήματα της Ελλάδος είναι:

- Οι εξαιρετικές συνθήκες υγιεινής
- Η ασφάλεια που προσφέρει η χώρα
- Οι πολιτιστικοί και ιστορικοί πόροι.

Ενώ τα μειονεκτήματα της είναι:

- Ότι παρουσιάζει σημαντική υστέρηση στις υποδομές των αεροπορικών, θαλάσσιων και οδικών μεταφορών.

Βέβαια, η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη αυτού του είδους του τουρισμού όπως είναι (Μάντζιος, *Traveldailynews*, 2016):

- Άριστες κλιματολογικές συνθήκες, φυσική ομορφιά, εξαιρετική γαστρονομία, ασφάλεια, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και η φυσική της ομορφιά.
- Σύγχρονες υποδομές και καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες.
- Διαθέτει κάποια αξιόλογα συνεδριακά κέντρα.
- Ο επαγγελματισμός των διοργανωτών συνεδρίων δείχνει ότι μπορούν να οργανώσουν άριστα ένα συνέδριο και να εντυπωσιάσουν τους παρευρισκόμενους. Παρόλα αυτά, «Φρένο» στις επενδύσεις για τη δημιουργία νέων ξενοδοχείων έχει μπει τα τελευταία χρόνια, όπως δείχνει μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων την οποία δημοσιοποίησε στις 23 Μαΐου σε συνέντευξη τύπου ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος, κ. Γιώργος Τσακίρης (Κουσούνης, *Καθημερινή*, 2017).

Βέβαια, το κράτος παίζει σημαντικό ρόλο γιατί δίνει την αναγκαία στήριξη προς την ιδιωτική πρωτοβουλία. Ο συνεδριακός τουρισμός παρέχει διεθνώς εμπορεύσιμη υπηρεσία αγοράς που υπόκειται σε έντονο ανταγωνισμό και η κρατική παρέμβαση δεν έχει κανένα αποτέλεσμα γιατί η επιβίωση κάτω από σκληρό ανταγωνισμό θέλει καλά αντανakλαστικά που η κρατική μηχανή δεν έχει. Ο ρόλος του κράτους στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θα πρέπει να είναι στα παρακάτω (Αθανασίου, 2002):

- Στη πιο αποτελεσματική λειτουργία των κρατικών υπηρεσιών.
- Στη δημιουργία και τη συντήρηση ικανοποιητικής οικονομική και κοινωνικής υποδομής.
- Σε ειδική υποδομή για τον συνεδριακό τουρισμό.
- Στην παροχή οικονομικών ενισχύσεων.

3.2.1. ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

Για την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η ύπαρξη ενός φορέα ή πολλών φορέων, οι οποίοι καθορίζουν το χρονικό διάστημα διεξαγωγής ενός συνεδρίου. Παρκέτο γίνεται ανάλυση των εμπλεκόμενων φορέων για την ελληνική επικράτεια.

ΣΕΤΕ

Σκοπός του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) είναι η συνεχής ποιοτική αναβάθμιση και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού

τουρισμού. Ο ΣΕΤΕ ιδρύθηκε το 1991 και είναι μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ο οποίος εκπροσωπεί επιχειρήσεις και ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων που καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων. Από το 2010, ο ΣΕΤΕ, ως Κοινωνικός Εταίρος, είναι ο φορέας που:

- Καταδεικνύει την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σημασία του Τουρισμού στην Κυβέρνηση, τις τοπικές αρχές, τους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς,
- Ενημερώνει την Κυβέρνηση, τον ευρύτερο δημόσιο τομέα και την επιχειρηματική κοινότητα για τις εξελίξεις στη διεθνή τουριστική αγορά,
- Προωθεί την συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα,
- Υποστηρίζει και προωθεί τις επιχειρηματικές αρχές των Μελών του,
- Εκπροσωπεί τα Μέλη του σε εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς,
- Δημιουργεί συνεργασίες μεταξύ Τουρισμού και άλλων τομέων της οικονομίας,
- Φροντίζει για την δημιουργία και την διάδοση της τεχνογνωσίας σε θέματα Τουρισμού,

Συνεργάζεται με ελληνικά και διεθνή ερευνητικά κέντρα για τον Τουρισμό και την Οικονομία.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ

Στην Ελλάδα υπάρχουν 13 δευτεροβάθμιοι οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Περιφέρειες). Κάθε Περιφέρεια έχει συσταθεί σε μια ευρύτερη περιοχή της χώρας (εξαιρουμένου του Αγίου Όρους), διαθέτει δικές της αυτοτελείς υπηρεσίες και προϋπολογισμό και τα όργανά της εκλέγονται με καθολική ψηφοφορία. Οι αρμοδιότητές των Περιφερειών απλώνονται σε ένα ευρύ φάσμα: από τον σχεδιασμό, τον συντονισμό και την εφαρμογή των πολιτικών που άπτονται των ζητημάτων της περιοχής, μέχρι και επιμέρους καθήκοντα της κεντρικής διοίκησης που μπορεί να της ανατεθούν με νόμο. Σε ότι αφορά τον τομέα του τουρισμού, οι Περιφέρειες είναι οργανωμένες στις ακόλουθες διευθύνσεις και τμήματα:

- Γενική Διεύθυνση Ανάπτυξης
- Διεύθυνση Τουρισμού
- Τμήματα Τουρισμού

Οι αρμοδιότητες των Διευθύνσεων Τουρισμού είναι:

- κατάρτιση προγραμμάτων για τον τουριστικό σχεδιασμό καθώς και για την τουριστική ανάπτυξη και προβολή της περιφέρειας, σε συνεργασία με τον ΕΟΤ

- και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης α΄ βαθμού της Περιφέρειας,
- παροχή γνωμοδότησης, κατ' άρθρο 29 παρ. 3 του Ν.2545/1997 (Α΄ 254), για χαρακτηρισμό και οριοθέτηση Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης [ΠΟΤΑ], κατάρτιση, στο πλαίσιο των αναπτυξιακών προγραμμάτων, σχεδίου ανάπτυξης υποδομών για την αντιμετώπιση των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής στον τουρισμό.

ΔΗΜΟΙ

Οι Δήμοι στους οποίους έχουν συσταθεί Διευθύνσεις Τουρισμού, έχουν αρμοδιότητες (γενικά) το σχεδιασμό και την παρακολούθηση των δραστηριοτήτων ανάπτυξης του τουρισμού και την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών σε συνεργασία με άλλους συναρμόδιους φορείς.

ΕΟΤ

Ο ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού. Από το 1950, ο ΕΟΤ αποτελεί τον κύριο φορέα για την προώθηση του τουρισμού της χώρας. Όπως ορίζει ο Ν.3270/2004:

- Υποβάλλει προτάσεις στο Υπουργείο Τουρισμού για την χάραξη τουριστικής πολιτικής στα θέματα αρμοδιότητάς του και την εφαρμόζει μέσα στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του,
- Ερευνά την τουριστική αγορά, μελετά την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού, συντάσσει μελέτες για θέματα της αρμοδιότητάς του και καταρτίζει τα προγράμματα διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων και τουριστικών εκδηλώσεων, καθώς και προγράμματα συμπαραγωγής και συνδιαφήμισης, διαφήμισης στην αλλοδαπή και ημεδαπή από κοινού με οργανισμούς, επιμελητήρια και άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα της αλλοδαπής ή ημεδαπής στο εξωτερικό και το εσωτερικό,
- Εκτελεί τα προγράμματα τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και το εξωτερικό και μεριμνά για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, μέσω συμμετοχών σε διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια και λοιπές εκδηλώσεις, στην Ελλάδα και το εξωτερικό,
- Χορηγεί άδειες, εποπτεύει και ελέγχει τις τουριστικές επιχειρήσεις του Άρθρου 2 του Ν.2160/1993, όπως κάθε φορά ισχύουν, καθώς και την τουριστική αγορά

γενικότερα,

- Μεριμνά για την συλλογή πληροφοριών σχετικά με την διαφημιστική αποτελεσματικότητα των ΜΜΕ, την έρευνα κόστους της διαφημιστικής προβολής και την καταγραφή και υπόδειξη των καταλληλότερων μέσων για την διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού,

Μεριμνά για την διοργάνωση εκθέσεων και συνεδρίων που προβάλλουν τον ελληνικό τουρισμό στο εσωτερικό και εξωτερικό, αλλά και την συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια που οργανώνονται από άλλους φορείς στο εσωτερικό και εξωτερικό.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

Το ΞΕΕ (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος) λειτουργεί από το 1935 ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου. Είναι νομοθετημένος σύμβουλος της Πολιτείας σε θέματα τουρισμού έχει εκ του νόμου ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα και τις οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις της χώρας. Διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των ξενοδοχείων και των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχείων Εστίασης και Αναψυχής των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Hotrec).

Στους σκοπούς του ΞΕΕ περιλαμβάνονται:

- Η μελέτη, η υπόδειξη και η εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας,
- Η συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και εργασιακά.
- Η εκπόνηση μελετών,
- Η παροχή στατιστικών στοιχείων του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας,
- Η έκδοση ενημερωτικών δελτίων,
- Η εμπεριστατωμένη πληροφόρηση του καταναλωτή των στοιχείων και των υπηρεσιών των ξενοδοχειακών μονάδων και των campings,
- Η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις,
- Η διοργάνωση συνεδρίων ξενοδοχειακού ενδιαφέροντος,

Η συνεργασία του ξενοδοχειακού κλάδου με τους άλλους τομείς της ελληνικής οικονομίας.

HAPCO

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων - HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers) ιδρύθηκε το 1996 κι έχει ως κύριο στόχο την εκπροσώπηση των επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων, όπως επίσης και εταιρειών από όλο το εύρος υπηρεσιών και προϊόντων της συνεδριακής αγοράς. Ο HAPCO αποτελεί ένα εκ των ιδρυτικών μελών της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Ενώσεων Διοργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO). Οι κύριοι στόχοι του είναι:

- Η προστασία του Επαγγελματία Οργανωτή Συνεδρίων (PCO) και εν γένει της ελληνικής συνεδριακής αγοράς,
- Η προβολή και αποτελεσματική προώθηση των συνεδριακών δυνατοτήτων της Ελλάδας εντός και εκτός συνόρων,
- Η κατάθεση προτάσεων προς την Ελληνική Πολιτεία για την χάραξη πολιτικής σε θέματα επαγγελματικού και συνεδριακού τουρισμού

Η συνεχής ενημέρωση της ελληνικής αγοράς για τις διεθνείς τάσεις της βιομηχανίας συνεδρίων και εκδηλώσεων.

Στο πίνακα 3.2.1.1. παρουσιάζονται οι εταιρίες διοργανώσεις συνεδρίων, οι οποίες είναι δηλωμένες στη HAPCO

Πίνακας 3.2.1.1.: Επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων της HAPCO 2016

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ BY HAPCO 2016	
A LA CARTE TRAVEL	GSS INTERNATIONAL, TRAVEL AND CONGRESS SERVICES
ACTIVE MICE(αποτελεί τμήμα του Ομίλου Mouzenidis Group)	HELLENIC
AFEA TRAVEL & CONGRESS SERVICES	INVENTICS A.E.
ARTION	KOSMOS TRAVEL
C.T.M INTERNATIONAL S.A. (CONGRESS TRAVEL MANAGEMENT INTERNATIONAL S.A.)	LA GRECA D.M.C.
CONGRESS WORLD	MIDEAST
E.T.S. EVENTS & TRAVEL SOLUTIONS	MYKONOS LUXURY TRAVEL
ERA EΠΕ	OMNICONGRESSES
ERASMUS Conferences Tours & Travel S.A.	PCO CONVIN A.E.
FREI S.A.	PREMIUM CONGRESS & SOCIAL EVENTS SOLUTIONS
GLOBAL EVENTS	TRIAENA TOURS & CONGRESS A.E.
GOLDAIR CONGRESSS	VISTA EVENTS
GS TRAVEL A.E.	

Πηγή : HAPCO (2016), ίδια επεξεργασία

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Τομέας Τουρισμού του Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού φέρει τη συνολική ευθύνη χάραξης της τουριστικής πολιτικής, επιτελικού σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης, διαμόρφωσης και προώθησης των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων, καθώς και του σχεδιασμού των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής. Το έργο αυτό υλοποιείται με την κατάρτιση βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων προγραμμάτων ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, στήριξης των επενδύσεων, προώθησης της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης αλλά και συντονισμένης επικοινωνιακής προβολής της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Επιπλέον, το Υπουργείο:

- Εισηγείται προς τα αρμόδια κυβερνητικά όργανα τα αναγκαία μέτρα και ενέργειες για την αποτελεσματική λειτουργία του τουριστικού τομέα,
 - Παρεμβαίνει για την εναρμόνιση των πολιτικών που επηρεάζουν τον τουρισμό,
- Ασκεί επιτελικό και συντονιστικό ρόλο σε θέματα τουρισμού, υποστηρίζει αρχές της Περιφερειακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλους φορείς με αρμοδιότητες στον τομέα του τουρισμού.

Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων & Συνεδρίων (Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.) αντιπροσωπεύει μέλη της εκθεσιακής και συνεδριακής αγοράς

3.2.2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η συνεδριακή αγορά είναι πολύ ανταγωνιστική και πολλοί προορισμοί προσπαθούν να αποκτήσουν μια θέση στην αγορά. Η Ελλάδα διαθέτει πολλούς ανταγωνιστές, και ο ανταγωνισμός διαφοροποιείται ανάλογα και με το κόστος ή τον τύπο του ταξιδιού κινήτρου. Άμεσοι ανταγωνιστές της Ελλάδας στη Μεσόγειο, σύμφωνα με το ΣΕΤΕ θεωρούνται οι παρακάτω χώρες:

- Τουρκία: Η Κωνσταντινούπολη είναι πολύ ακριβή αλλά πολύ ελκυστική και πάνω από όλα ένας ολοκληρωμένος προορισμός: διαθέτει αεροδρόμιο, λιμάνι, συνεδριακό και ξενοδοχεία.

- Ισπανία: Η Βαρκελώνη είναι επίσης ένας ολοκληρωμένος προορισμός παρόμοιος με την Κωνσταντινούπολη αλλά σχεδόν πάντα πιο φθηνός και πιο κοντά στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη.
- Κροατία: Η πρωτεύουσα Ζάγκρεμπ είναι σε ανάπτυξη αλλά πολλοί άλλοι προορισμοί στην Κροατία (από την Ίστρια μέχρι την Ρίτσεκα, Rovinj, Split, και Dubrovnik έως τα νησιά της Κροατίας στην Αδριατική) αναπτύσσουν τον τουρισμό MICE. Η Κροατία βρίσκεται κοντά σε σημαντικές ευρωπαϊκές χώρες και εργάζεται σκληρά για την ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και παροχών της.
- Κύπρος: παραμένει ιδιαίτερα ελκυστική κυρίως από την Βρετανική αγορά. Η χώρα παραμένει ένας προορισμός για όλο τον χρόνο με ευνοϊκό κλίμα και τους δώδεκα μήνες προσφέροντας μεγάλη ποικιλία αντιθέσεων από αμμόδεις παραλίες μέχρι ψηλά βουνά με χιόνι. Επίσης, η Κύπρος έχει χαρακτηριστεί στην αρχαιότητα και είναι παγκοσμίως γνωστή κατά την μυθολογία ως η γενέτειρα της θεάς Αφροδίτης.
- Μάλτα: αποτελεί ανταγωνιστή της Ελλάδας κυρίως για ομάδες μικρότερου μεγέθους. Το νησί προσφέρει διάφορες δραστηριότητες και έχει πλούσια ιστορία και πολιτιστική κληρονομιά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

4.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Τα συνεδριακά κέντρα είναι τουριστικές επιχειρήσεις που καλύπτουν τις ανάγκες συνεδρίων και άλλων συναφών εκθεσιακών, πολιτιστικών, εμπορικών εκδηλώσεων (www.mintour.gov.gr)

Συγκεκριμένα ο Carey (1997) προτείνει οι διοργανωτές συνεδρίων να έχουν πάντα μαζί τους μια βασική λίστα με όλα όσα χρειάζεται να ελέγξουν, ώστε να σιγουρευτούν για τη σωστή επιλογή ενός συνεδριακού κέντρου. Αυτό μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί και τις προδιαγραφές των συνεδριακών κέντρων. Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να εξετάσουν είναι η τοποθεσία, η εύκολη πρόσβαση στο συνεδριακό κέντρο από τους συμμετέχοντες, χώρος στάθμευσης και πρόσβαση για αναπήρους. Επίσης, να υπάρχει ανεξάρτητη είσοδος εκτός από τη κεντρική και να είναι εύκολη η πρόσβαση φορτίων.

Στον εσωτερικό χώρο θα πρέπει να ελέγχετε η εγγύτητα τους χώρους εστίασης, τους ανελκυστήρες, τα τηλέφωνα, τη γκαρνταρόμπα και τις διασπώμενες αίθουσες. Σχετικά με τις εγκαταστάσεις και τα προσαρτήματα, θα πρέπει να ελεγχθούν το σχήμα των αιθουσών, η ηχομόνωση, ο διάκοσμος, οι κολώνες/εμπόδια, οι έξοδοι κινδύνου και το πιο σημαντικό το φυσικό φως στην αίθουσα, ώστε να μην είναι υπερβολικό.

Ένα από τα μεγαλύτερα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα είναι το *MESSE FRANKFURT* στη Φρανκφούρτη, το οποίο είναι ένα φημισμένο εκθεσιακό κέντρο στη Γερμανία και βρίσκεται στην Φρανκφούρτη, όπου για περισσότερα από 800 χρόνια αποτελεί το επίκεντρο των εμπορικών δραστηριοτήτων της πόλης. Βρίσκεται σε μια πόλη γνωστή για τα πολλά ιστορικά και σύγχρονα κτίρια και το κέντρο προσφέρει έναν εκθεσιακό χώρο 578.000 τετραγωνικά μέτρα, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ένα ευρύ φάσμα εκδηλώσεων, εκθέσεων, σεμιναρίων και συνεδρίων.

Ααποτελείται από δέκα εκθεσιακούς χώρους και ένα γειτονικό συνεδριακό κέντρο και είναι γνωστό ως το τρίτο μεγαλύτερο εκθεσιακό κέντρο του κόσμου προσφέροντας ένα ιδιαίτερα ευέλικτο και ευπροσάρμοστο χώρο εξοπλισμένο με state-of-the-art εγκαταστάσεις και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας για τους εκθέτες της (mrttravel.gr,2017)

4.1.1. ΠΡΑΣΙΝΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Οι διοργανωτές εκδηλώσεων λαμβάνουν υπόψη τους την διεθνή ανησυχία για την αλλαγή του κλίματος και εφαρμόζουν ‘πράσινες’ στρατηγικές στα συνέδρια και στα ταξίδια κινήτρων.

Ως παραδείγματα καλών πρακτικών αναφέρθηκαν η ανακύκλωση νερού, η λελογισμένη κατανάλωση πόρων, η προτίμηση προμηθευτών με ανακυκλωμένα υλικά, η χρήση φωτισμού χαμηλής κατανάλωσης κλπ. Άλλα παραδείγματα είναι η καταγραφή και σταδιακή μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα ή η αποφυγή προωθητικών δώρων που δεν είναι ανακυκλωμένα, βιοδιασπώμενα ή βρώσιμα.

Τα κύρια χαρακτηριστικά ενός ‘πράσινου’ συνεδριακού κέντρου είναι παρόμοια με εκείνα ενός ‘πράσινου’ ξενοδοχείου:

- βελτιωμένη ενεργειακή απόδοση
- ορθή διαχείριση των αποβλήτων
- αποδοτική χρήση του νερού
- χρησιμοποίηση οικολογικών εναλλακτικών λύσεων μεταφοράς
- χρήση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον
- ποιότητα του εσωτερικού αέρα
- εκπαίδευση των πελατών και του προσωπικού για τις πράσινες πρακτικές

Το συνεδριακό κέντρο του Κατάρ «Qatar National Convention Centre» (QNCC) λειτούργησε τον Δεκέμβριο του 2011 και είναι το πρώτο που λειτουργεί με καινοτόμες διαδικασίες, όπως μείωσης νερού και χρήσης ενεργειακά αποδοτικού φωτισμού. Ένα από τα χαρακτηριστικά του είναι οι ηλιακοί συλλέκτες επιφάνειας 3.500 τμ, που καλύπτουν το 12,5% των ενεργειακών αναγκών του κέντρου. Οι εκθεσιακοί χώροι είναι εξοπλισμένοι με ενεργειακό αποδοτικό φωτισμό LED.

4.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

4.2.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Οι απαραίτητοι χώροι ενός ξενοδοχείου που αφορούν τη συνεδριακή πελατεία, οφείλουν να καλύπτουν τις ανάγκες ενός συνεδρίου και θα πρέπει να παρουσιάζονται στους μεσάζοντες του συνεδριακού τουρισμού κατατάσσονται σε:

- Χώρους συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών κ.λπ.).
- Χώρους εκθέσεων
- Χώρους συνεστιάσεων (δεξιώσεων, συγκεντρώσεων, μπουφέ, καλωσορίσματος κ.λπ.).

Οι υπεύθυνοι των ξενοδοχείων που ασχολούνται με την προώθηση των συνεδριακών εγκαταστάσεων ενός ξενοδοχείου θα πρέπει να έχουν απόλυτη γνώση των χώρων του ξενοδοχείου, όπως χωρητικότητα ανάλογα με διαρρύθμιση ή και χρήση του χώρου.

Η συνεδριακή αίθουσα θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές που συνιστώνται. Αρχικά, η σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει:

- Το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι και μη.
- Τη δημιουργία πρόσθετων εσόδων - εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από το δρόμο είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (αίθριο, κήπο κ.λπ.)
- Την απρόσκοπτη κυκλοφορία - μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.

Επίσης, θα πρέπει να υπάρχουν τουαλέτες και προθάλαμος, ώστε να χρησιμοποιηθεί ως υποδοχή ή ως γραμματεία του συνεδρίου. Ακόμα, θα πρέπει να υπάρχει ένα χωλ που εξυπηρετεί ως χώρος συγκέντρωσης, αναμονής, αλλά και χώρος σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών. Θα πρέπει να προβλεφθεί η εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με τη δημιουργία των κατάλληλων εισόδων - εξόδων και διαδρομών, να πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου, πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών, κατάλληλη διακόσμηση και σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης. Τέλος, θα πρέπει να υπάρχει δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης της αίθουσας.

4.2.1.1. ΕΝΑΛΛΑΓΗ ΧΡΗΣΕΩΝ

Συχνά δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στη συνέχεια κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μια ώρα αργότερα μπουφές. Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα θα πρέπει να βρίσκονται σε χώρους- αποθήκες κοντά στους συνεδριακούς χώρους. Ο χρόνος και το κόστος εργασίας αυτών των αλλαγών θα πρέπει να είναι γνωστά στο ξενοδοχείο και να συνεκτιμώνται κάθε φορά. Η αλλαγή της χρήσης σχετίζεται πολλές φορές με την

αυξομείωση του αρχικού χώρου. Αυτό επιτυγχάνεται με την χρήση κινητών χωρισμάτων που μεταφέρονται εύκολα και «κουμπώνουν» στο δάπεδο μεταξύ τους και στην οροφή. Εφόσον η ποιότητα τους είναι καλή, προσφέρουν ηχομόνωση σε ικανοποιητικό βαθμό. Το ενδεχόμενο της εναλλαγής της χρήσης και της αυξομείωσης του αρχικού χώρου δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα στη διακόσμηση του χώρου. Αυτή θα πρέπει να γίνει από ειδικούς και έμπειρους διακοσμητές με βάση την πολλαπλότητα των χρήσεων της αίθουσας. Γίνεται εύκολα αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι να συνδυαστούν διακοσμητικά στοιχεία που να ταιριάζουν τόσο με την αυστηρή ατμόσφαιρα ενός συνεδρίου όσο και με το χαρούμενο κλίμα μιας γαμήλιας δεξίωσης.

4.2.1.2. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου με καθίσματα, έδρανα ή τραπέζια. Εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατιθέμενης αίθουσας. Τα καθίσματα χρησιμοποιούνται όταν οι σύνεδροι είναι πολλοί γιατί εξοικονομούν χώρο, ή όταν ο χώρος είναι πολύ μικρός, γιατί δημιουργούν πιο οικεία και ζεστή ατμόσφαιρα. Οι διατάξεις είναι γνωστές σαν διατάξεις θεατρικού τύπου ή διατάξεις ακροατηρίου και οι τύποι που υπάρχουν είναι οι εξής:

Κλασσικός τύπος: χαρακτηρίζεται από την διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο.

Ημικυκλικός θεατρικός τύπος: ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη είναι κυκλική.

Κυκλικός θεατρικός τύπος: η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ η αναγκαιότητα για οριζόντιους διαδρόμους αποκτά δευτερεύουσα σημασία.

Διάταξη σχήματος V: όπως και οι προηγούμενοι τύποι διατάξεων δεν παρέχει δυνατότητα στο χώρο για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων.

4.2.1.3. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ

Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση από ότι τα καθίσματα. Θα πρέπει και εδώ να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης. Η χρήση των τραπεζιών - εδράνων παρέχει μικρή απόδοση του χώρου γιατί χρησιμοποιούνται μόνον από τη μια πλευρά. Με τον τρόπο αυτό εξυπηρετούνται συνέδρια με μικρό αριθμό συμμετεχόντων. Η διάταξη των

εδράνων είναι γνωστή σαν «σχολικό στυλ». Υπάρχουν δύο τύποι: ο κλασικός και ο τύπου V

4.2.1.3. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ

Υπάρχουν πολλοί τρόποι διάταξης που ποικίλουν με τη χρήση του χώρου. Τα τραπέζια όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων, εξοικονομούν χώρο γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δύο πλευρές τους σε αντίθεση με τα τραπέζια — έδρανα. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και οικειότητας. Οι τύποι που υπάρχουν είναι οι εξής:

1. Σχηματικός τύπος Π: είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων.
2. Πέταλο: εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».
3. Ο τύπος του κλειστού Π: χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί τυπικότητα. Συχνότερη χρήση έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων.
4. Ο τύπος του κλειστού πέταλου, είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού Π, που εξυπηρετεί και αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.
5. Ο τύπος T: χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.
6. Ο τύπος E: χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων.
7. Τύπος κτένα: παραλλαγή του τύπου E, όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπεζιών. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.
8. Ο τύπος I: εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.
9. Διατάξεις με χρήση τραπεζιών «σερπαντίνας»: η χρησιμοποίηση τραπεζιών διάφορων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.

4.2.2. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ο εξοπλισμός που είναι απαραίτητος σε ένα ξενοδοχείο για την διεξαγωγή συνεδρίων αφορά την επίπλωση και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό του συνεδριακού χώρου. Έτσι ο απαραίτητος εξοπλισμός είναι:

- Καθίσματα και τραπέζια

- Εξέδρες και αναλόγια

Οπτικοακουστικός εξοπλισμός (ηχητικά συστήματα, φωτισμός, οθόνες προβολής, μηχανήμα προβολής, μεταφραστικές εγκαταστάσεις, φωτοτυπικά μηχανήματα, ηλεκτρονικούς υπολογιστές και ασύρματο και ενσύρματο δίκτυο internet)

4.2.3. ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τη GBR Consulting, το 2012, έδειξε ότι τα ξενοδοχεία με συνεδριακή υποδομή έχουν τους εξής τρόπους προώθησης συνεδριακών εκδηλώσεων:

- Τηλεφωνικές πωλήσεις
- Ταξίδια πωλήσεων
- Εμπορικές εκθέσεις
- Ιστοσελίδα
- Διαφημιστικά φυλλάδια
- Διαφήμιση
- Εμπορικά περιοδικά
- (διαφήμιση) «στόμα με στόμα»
- Ταξιδιωτικά γραφεία
- Διοργανωτές συναντήσεων
- CVBs

Οι τύποι συνεργασίας με το CVB που αναφέρθηκαν είναι:

- Fam trips / site inspections
- Έρευνα αγοράς
- Προσέγγιση ξένων διοργανωτών συνεδρίων
- Συνεργασία μεταξύ διαφόρων ενδιαφερόμενων
- Προώθηση του προορισμού
- Συμμετοχή σε εκθέσεις
- Κατάλογος ξενοδοχείων με συνεδριακή υποδομή

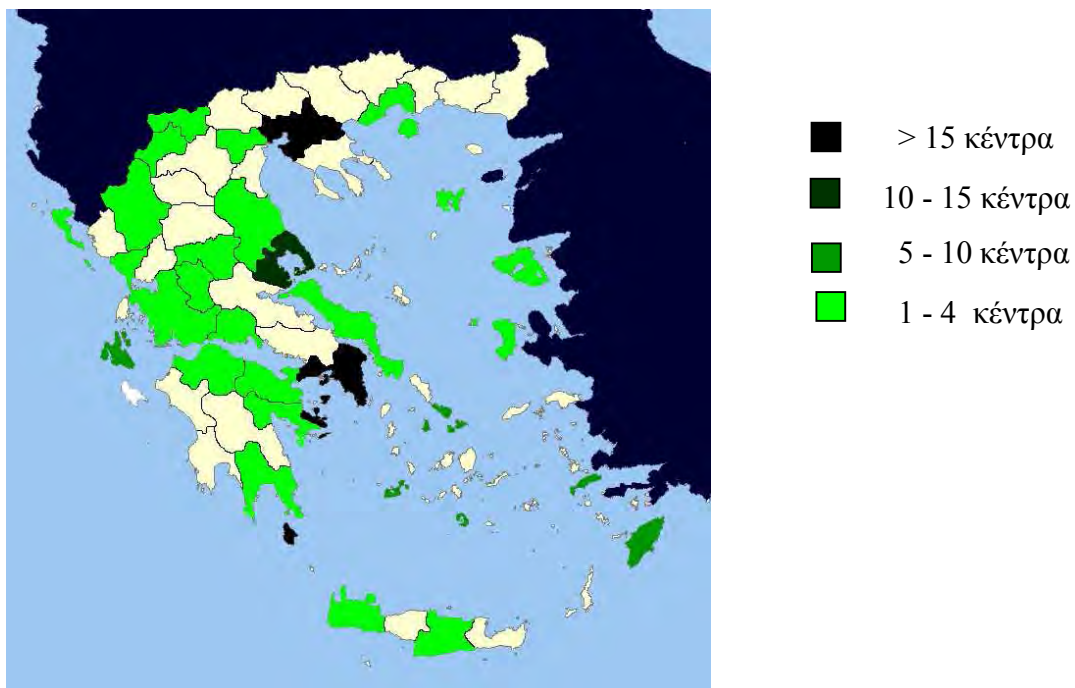
4.2.4. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

Με βάση την έρευνα της GBR Consulting το 2012, στην οποία συμμετείχαν 105 ξενοδοχεία ακολουθούν τα σημεία που αποτελούν πρόβλημα στα ξενοδοχεία με συνεδριακή υποδομή:

- Μικρός αριθμός διαθέσιμων ‘συνεδριακών αιθουσών’
- Ανάγκη αντικατάστασης εξοπλισμού
- Μικρός αριθμός εκδηλώσεων, ιδιαίτερα στην περιφέρεια
- Λόγω του τρόπου συνεργασίας με Tour Operators βάσει allotments, τα συνέδρια μπορούν να γίνουν μόνο στη χαμηλή περίοδο
- Έλλειψη ευελιξίας στον διαχωρισμό των συνεδριακών αιθουσών
- Πρόσβαση στον προορισμό / όχι απευθείας πτήσεις
- Εγκληματικότητα και έλλειψη ασφάλειας στο κέντρο της Αθήνας
- Περιορισμένος αριθμός θέσεων στάθμευσης
- Ταχύτητα internet

4.3. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Διάγραμμα 4.3.1. : Συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα



Πηγή: EOT (2012)

Συνολικά εντοπίστηκαν, εκτός ξενοδοχείων, 128 συνεδριακά κέντρα είτε συνδυαστικά με κέντρα κατάρτισης ή εκθεσιακά κέντρα, πανεπιστήμια ή άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα ή ιδιαίτερους συνεδριακούς χώρους όπως μουσεία, θέατρα, δημαρχεία κτλ.

Ανω του 30% των κέντρων που εντοπίστηκαν βρίσκονται στο νομό Αττικής (σύνολο 39 κέντρα), το 15% στο νομό Θεσσαλονίκης (σύνολο 19 κέντρα) και 9% στο νομό Μαγνησίας (σύνολο 11 κέντρα). Έτσι οι τρεις νομοί αντιπροσωπεύουν το 54% των κέντρων που εντοπίσαμε.

Στις Κυκλάδες εντοπίστηκαν 6 κέντρα, πιο συγκεκριμένα στη Σύρο, τη Μύκονο, την Τήνο, τη Σαντορίνη και την Μήλο, ενώ στα Δωδεκάνησα εντοπίστηκαν 5 κέντρα τα οποία βρίσκονται στη Ρόδο και την Κω.

Τέλος, τα υπόλοιπα 22 κέντρα, που αντιπροσωπεύουν το 17% του συνόλου, εντοπίζονται σε 22 διαφορετικούς νομούς σε όλη την Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε 23 νομούς δεν εντοπίστηκε κανένα συνεδριακό κέντρο.

Με βάση την έρευνα της GBR Consulting το 2012, στην οποία συμμετείχαν 17 συνεδριακά κέντρα, ακολουθούν τα προβληματικά σημεία όπως αναφέρθηκαν από τους ερευνώμενους

- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
- Μειωμένα δρομολόγια αεροπλάνων κατά τους χειμερινούς μήνες
- Οικονομική κρίση
- Εγκαταστάσεις με ελλιπή πρόσβαση σε ΑΜΕΑ
- Ανάγκη ανακαίνισης εγκαταστάσεων
- Αυξημένα έξοδα λειτουργίας και συντήρησης
- Έλλειψη εξοπλισμού
- Αμοιβές εργαζομένων (υπερωρίες) για την κάλυψη των αναγκών των εκδηλώσεων
- Έλλειψη σήμανση στους κεντρικούς δρόμους που οδηγούν στις εγκαταστάσεις
- Διαφήμιση και επικοινωνία των συνεδριακών εγκαταστάσεων
- Έλλειψη κονδυλίων για έξοδα προβολής
- Αυξημένο κόστος θέρμανσης εγκαταστάσεων για τους μήνες από Οκτώβριο έως και Μάιο

Ξενοδοχεία με Συνεδριακή Υποδομή στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον πίνακα 4.3.1. παρουσιάζονται ο αριθμός των ξενοδοχείων που διαθέτουν συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα το 2012, το 73% των ξενοδοχείων που διαθέτουν συνεδριακές εγκαταστάσεις είναι 5*. Με μεγάλη διαφορά ακολουθούν τα ξενοδοχεία 4* (35%), 3* (18%), 2* (6%) και τέλος τα ξενοδοχεία 1* (2%). Στο σύνολο των 9.648 ξενοδοχείων που υπάρχουν στην Ελλάδα (2011) το 14% έχει συνεδριακή υποδομή.

Πίνακας 4.3.1. : Ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα

Κατηγορία Ξενοδοχείου	Σύνολο ξενοδοχείων στην Ελλάδα (2011)	Ξενοδοχεία με συνεδριακές εγκαταστάσεις	% ξενοδοχεία με συνεδριακές εγκαταστάσεις / σύνολο ξενοδοχείων
5*	334	243	73%
4*	1.234	429	35%
3*	2.289	406	18%
2*	4.274	239	6%
1*	1.517	31	2%
Σύνολο	9.648	1.348	14%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο (2012), ΣΕΤΕ (2012)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΒΟΛΟΣ-ΠΗΛΙΟ

5.1. ΒΟΛΟΣ – ΠΗΛΙΟ

Ο Βόλος βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, με απόσταση 320 χλμ. βόρεια της Αθήνας και 219 χλμ. νότια της Θεσσαλονίκης. Αποτελεί την πρωτεύουσα του Νομού Μαγνησίας και είναι κτισμένη στον μυχό του Παγασητικού κόλπου, στους πρόποδες του Πηλίου, το οποίο έχει ύψος 1624μ. . Ο Βόλος είναι μία από τις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας, με τον πληθυσμό της, κατά την απογραφή της ΕΛΣΤΑΤ το 2011, να ανέρχεται στους 144.499 μόνιμους κατοίκους, την κατατάσσει στην έβδομη θέση των ελληνικών πόλεων.

Ο Βόλος, ιστορικά, συνδέεται με την Αργοναυτική Εκστρατεία, ένα από τα περίφημα έπη του ελληνικού μυθολογικού κύκλου. Είναι μία πόλη που συνδυάζει βουνό και θάλασσα. Η περιοχή του Βόλου, η αρχαία Μαγνησία, συγκαταλέγεται ανάμεσα στις πρώτες περιοχές που κατοικήθηκαν στον ελλαδικό χώρο. Οι οικισμοί που ανακαλύφθηκαν στα κοντινά χωριά Σέσκλο και Διμήνη χρονολογούνται από την 7η χιλιετία π.Χ., ενώ η πολιτισμική παρουσία στον χώρο συνεχίζεται αδιάκοπη μέχρι σήμερα. Ενώ, το Πήλιο κατά την Ελληνική μυθολογία ήταν η θερινή κατοικία των θεών και πατρίδα των Κενταύρων.

Τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια, η πόλη του Βόλου, ανέπτυξε μεγάλη βιομηχανική άνθηση . Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, ξεκίνησε η αποβιομηχάνιση του Βόλου. Ωστόσο, η οικονομία του Βόλου στηρίζεται πλέον κατά κύριο λόγο στο εμπόριο, τις υπηρεσίες και τον τουρισμό, και κατά δεύτερο λόγο στην βιοτεχνία και την βιομηχανία. Το 1984 ιδρύθηκε το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας με έδρα τον Βόλο και σχολές ή τμήματα σε όλες τις θεσσαλικές πόλεις. Το 2004, ο Βόλος έγινε «ολυμπιακή πόλη», αφού φιλοξένησε ορισμένους αγώνες ποδοσφαίρου στα πλαίσια των Ολυμπιακών Αγώνων. Οι αγώνες έγιναν στο νέο υπερσύγχρονο Πανθεσσαλικό Στάδιο, το οποίο κατασκευάστηκε για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων. Αξιοποιώντας την παράδοση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, ο Βόλος διοργάνωσε το Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Γυμναστικής και τμήμα του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Μπιλιάρδου το 2006, και συνέχισε με τη διοργάνωση και άλλων Ευρωπαϊκών αλλά και Παγκόσμιων πρωταθλημάτων, ειδικά στη κολύμβηση.

5.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ

5.2.1. ΜΟΥΣΕΙΑ

ΑΘΑΝΑΣΑΚΕΙΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΟΛΟΥ: Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου είναι ένα από τα παλαιότερα Μουσεία της χώρας και μέχρι σήμερα παραμένει το κεντρικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Θεσσαλίας. Το Μουσείο ανεγέρθηκε το 1909 με δωρεά του Αλεξίου Αθανασάκη και φιλοξενεί αρχαιολογικά ευρήματα από όλη τη Θεσσαλία, από την παλαιολιθική περίοδο έως και τα ρωμαϊκά χρόνια.

ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ στο Σιδηροδρομικό Σταθμό Βόλου : Ο γραφικός σταθμός του Εβαρίστο Ντε Κίρικο παραμένει ίδιος από το 1882, όταν η κατασκευή σιδηροδρομικού δικτύου από την Εταιρεία Θεσσαλικών Σιδηροδρόμων έδωσε την πρώτη ώθηση στην ραγδαία ανάπτυξη της πόλης.

ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΛΕΚΟΥ Κ. ΔΑΜΤΣΑ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΧΝΗΣ ΤΖΙΟΡΤΖΙΟ ΝΤΕ ΚΙΡΙΚΟ: Το Κέντρο Τέχνης Τζιόρτζιο Ντε Κίρικο, οφείλει την ονομασία του στον σπουδαίο ιταλό ζωγράφο, που γεννήθηκε στον Βόλο.

ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΙΤΣΟΥ ΜΑΚΡΗ: Το Λαογραφικό Κέντρο Κίτσου Μακρή στεγάζεται στο σπίτι του Κίτσου Μακρή, το οποίο κτίστηκε το 1955 σε σχέδια του αρχιτέκτονα Αργύρη Φιλιππίδη. Πρόκειται για μια διώροφη μονοκατοικία εμβαδού 180 τ.μ., που διατηρεί στοιχεία της παραδοσιακής πληορείτικης αρχιτεκτονικής. Σε όλους τους χώρους του σπιτιού είναι εμφανής η "σφραγίδα" του Κίτσου Μακρή σε τοιχογραφίες, ψηφιδωτά και οροφोगραφίες με κορυφαία τη μεγάλη φρίζα του καθιστικού, που ταξιδεύει τον επισκέπτη στα χωριά του Πηλίου, όπως φαίνονται από τον Παγασητικό.

ΜΟΥΣΕΙΟ – ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑΣ ΖΩΓΙΑ: Το κόκκινο σπίτι στη συμβολή των οδών Βλαχάβα και Γαζή, γνωστό στους βολιώτες ως το «Σπίτι με το τριαντάφυλλο», λειτουργεί ως μουσείο – πινακοθήκη της ζωγράφου Χρυσούλας Ζώγια.

ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ εφημερίδας ΘΕΣΣΑΛΙΑ: Το Μουσείο της μακροβιότερης ελληνικής επαρχιακής εφημερίδας -αδιάλειπτη έκδοση από το 1898- δεν μπορεί παρά να είναι ένα ξεχωριστό τυπογραφικό μουσείο..

ΕΝΤΟΜΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Αθανάσιου Κουτρούμπα: Το εντομολογικό μουσείο του δρ. Γεωπονίας Αθανάσιου Κουτρούμπα στο Βόλο, είναι μοναδικό στο είδος του στην Ελλάδα και ένα από τα καλύτερα των Βαλκανίων.

ΜΟΥΣΕΙΟ ΘΕΟΦΙΛΟΥ: Η οικία Κοντού στην Ανακασία είναι από τα σημαντικότερα νεότερα μνημεία της περιοχής, καθώς είναι το μοναδικό στο Πήλιο σωζόμενο αρχοντικό με ολοκληρωμένο ζωγραφικό πρόγραμμα.

ΜΟΥΣΕΙΟ ΛΑΪΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΠΗΛΙΟΥ: Το μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Ιστορίας του Πηλίου στεγάζεται στο αρχοντικό Τοπάλη, που χτίστηκε το 1844 και βρίσκεται στον κεντρικό τομέα της Μακρινίτσας λίγο κάτω από την πλατεία.

ΕΙΚΑΣΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΓΛΥΠΤΗ ΝΙΚΟΛΑ: Το μουσείο με μερικά από τα αντιπροσωπευτικότερα έργα του σπουδαίου γλύπτη στεγάζεται στον 1ο όροφο του κοινοτικού καταστήματος της γενέτειράς του, του μεγάλου Αη Γιώργη του Πηλίου.

ΤΟΠΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΗΛΕΩΝ ΠΗΛΙΟΥ: Στεγάζεται στον 1ο όροφο του Δημαρχιακού κτηρίου Μηλεών και απαρτίζεται από λαογραφικά και ιστορικά τεκμήρια της πολιτιστικής κληρονομιάς του χωριού.

ΜΟΥΣΕΙΟ ΘΑΛΑΣΣΗΣ ΑΧΙΛΛΕΙΟΥ: Το Μουσείο Θαλάσσης Αχιλλείου ιδρύθηκε από τον Δήμο Πτελεού το 2003 με σκοπό να συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα που αφορούν στο θαλάσσιο περιβάλλον. Τον πυρήνα των συλλογών αποτέλεσε η συλλογή με κοχύλια της Βασ. Στεφάνου Παπαστεργίου, ενώ το μουσείο συνεχώς εμπλουτίζεται με κοχύλια και άλλα εκθέματα από όλον τον κόσμο.

Σύμφωνα με τον πίνακα 5.2.1.1. παρατηρείτε αύξηση της επισκεψιμότητας σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους κατά τα τελευταία πέντε χρόνια. Ενώ στο πίνακα 5.2.1.2. γίνεται ανάλυση της επισκεψιμότητας ανά μήνα στα μουσεία του Βόλου, για το έτος 2016.

Πίνακας 5.2.1.1.: Επισκέπτες σε Μουσεία/Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2015

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ: Επισκέπτες σε Μουσεία / Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2015									
THESSALIA REGION: Admissions to Museums / Archaeological sites 2010-2015									
Περιφερειακές Ευότητες	Regional Areas			2010	2011	2012	2013	2014	2015
Καρδίτσα	Karditsa	Μουσεία	Museums	-	-	-	-	-	-
		Αρχαιολογικοί χώροι	Archaeological sites	0	0	1.640	4.466	4.614	3.866
Λάρισα	Larissa	Μουσεία	Museums	0	0	0	247	75	0
		Αρχαιολογικοί χώροι	Archaeological sites	2.361	7.474	8.373	8.552	8.254	7.469
Μαγνησία	Magnesia	Μουσεία	Museums	1.068	917	6.816	11.693	11.110	7.480
		Αρχαιολογικοί χώροι	Archaeological sites	5.129	10.340	23.802	30.904	32.958	29.060
Τρίκαλα	Trikala	Μουσεία	Museums	0	0	1.104	4.700	8.671	8.337
		Αρχαιολογικοί χώροι	Archaeological sites	-	-	-	-	-	-
Σύνολο	Total	Μουσεία	Museums	1.068	917	7.920	16.640	19.856	15.817
		Αρχαιολογικοί χώροι	Archaeological sites	7.490	17.814	33.815	43.922	45.826	40.395

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Source: ELSTAT

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Sources: ELSTAT

Πίνακας 5.2.1.2.: Επισκέπτες Μουσείων Βόλου για το 2016

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΒΟΛΟΥ ΓΙΑ ΤΟ 2016						
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)
775	1.495	2.787	12.380	3.012	1.558	859

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
888	974	1.535	1.454	2.079	22.866

Πηγή: Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων (2017)

5.2.2. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

ΣΕΣΚΛΟ

Ο αρχαιολογικός χώρος του Διμηνίου διαθέτει αυτόματο σύστημα ξενάγησης στα ελληνικά και αγγλικά. Βρίσκεται κοντά στο σημερινό χωριό Σέσκλο, 8 περίπου χλμ δυτικά του Βόλου κι εκεί αναπτύχθηκε ο προϊστορικός οικισμός του Σέσκλου πάνω στον λόφο «Καστράκι». Ο οικισμός είναι από τους παλιότερους που ανακαλύφθηκαν στην Ευρώπη και κατοικήθηκε για πρώτη φορά στα μέσα της 7ης χιλιετίας. Οι ανασκαφές στον χώρο ανέδειξαν έναν νεολιθικό οικισμό, που στη 5η χιλιετία απέκτησε πρωτοφανή έκταση με μικρά σπίτια και στενά δρομάκια, που συχνά σχηματίζουν πλατείες. Οι κάτοικοι είχαν αναπτύξει αξιόλογο πολιτισμό, που χαρακτηρίζεται από τη γραπτή κεραμική, τη βελτιωμένη τεχνική ψησίματος πήλινων αντικειμένων και την εκτενή χρήση εργαλείων από πέτρα ή οψιανό.

Αυτόματο σύστημα ξενάγησης στα ελληνικά και αγγλικά.

ΔΙΜΗΝΙ

Νεολιθικό Διμήνι : Ο νεολιθικός οικισμός του Διμηνίου βρίσκεται 5 χλμ από τον Βόλο, στις βορειοδυτικές παρυφές του σημερινού χωριού Διμήνι. Κατοικήθηκε από το τέλος της 5ης χιλιετίας μέχρι το τέλος της Χαλκοκρατίας. Τα αρχιτεκτονικά λείψανα που εκτείνονται πάνω στον λόφο μας δίνουν την εικόνα μιας οργανωμένης νεολιθικής κοινότητας, που παρουσιάζει ένα μοναδικό αρχιτεκτονικό στοιχείο: τους έξι λιθόκτιστους περίβολους, που είχαν κατά ζεύγη κτιστεί γύρω από τον οικισμό.

Μυκηναϊκό Διμήνι : Το 1980 στα ΝΑ του λόφου με τα νεολιθικά λείψανα αποκαλύφθηκε σημαντικός μυκηναϊκός οικισμός. Η πόλη αυτή, σύμφωνα με τις νεότερες απόψεις, ταυτίζεται με την Ιωλκό, την πατρίδα του Ιάσονα. Από τον οικισμό

έχουν ως τώρα αποκαλυφθεί οκτώ ανεξάρτητες ιδιωτικές οικίες. Επίσης, σώζονται τα θεμέλια ενός μεγάλου μυκηναϊκού μεγάρου, που βρισκόταν σε ηγεμονική θέση με πλήρη εποπτεία του Παγασητικού κόλπου, καθώς και δύο θολωτοί τάφοι βασιλέων της Ιωλκού.

Διαθέτει αυτόματο σύστημα ξενάγησης στα ελληνικά και αγγλικά.

ΑΡΧΑΙΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΑ

Η αρχαία πόλη της Δημητριάδας, μια από τις μεγαλύτερες πόλεις της αρχαιότητας, καταλαμβάνει την ευρύχωρη περιοχή στα νότια του κόλπου του Βόλου, απέναντι από τη σύγχρονη πόλη. Ιδρύθηκε από τον Δημήτριο Πολιορκητή το 294 π. Χ. και για κάποιο διάστημα υπήρξε πρωτεύουσα του μακεδονικού κράτους. Ανάμεσα στα πιο σημαντικά δημόσια κτίρια, που έχουν εντοπισθεί και ανασκαφεί, εξέχουσα θέση κατέχουν το αρχαίο θέατρο, το ανάκτορο, η βασιλική της Δαμοκράτειας και τα απομεινάρια του ρωμαϊκού υδραγωγείου, γνωστά ως δόντια. Η έκταση της Αρχαίας Δημητριάδας, η σημασία των μνημείων και η θέση της κοντά στη σύγχρονη πόλη του Βόλου, κατέστησαν δυνατή τη δημιουργία ενός πρότυπου αρχαιολογικού πάρκου, που αναδεικνύει και αξιοποιεί τον αρχαιολογικό χώρο στο σύνολό του.

ΝΕΑ ΑΓΧΙΑΛΟΣ (ΦΘΙΩΤΙΔΕΣ ΘΗΒΕΣ)

Στον χώρο που απλώνεται η πόλη της Νέας Αγχιάλου, αναπτύχθηκαν οι Φθιώτιδες Θήβες, ένα από τα σημαντικότερα κέντρα της παλαιοχριστιανικής και βυζαντινής Θεσσαλίας. Από τα σημαντικότερα ευρήματα της περιοχής είναι σωζόμενα τμήματα παλαιοχριστιανικών ναών, που τοποθετούνται χρονολογικά στον 5ο και 6ο μ.Χ. αιώνα. Από τα κατάλοιπα των παλαιοχριστιανικών αυτών ναών και άλλων δημοσίων κτηρίων και λουτρών της πόλης ξεχωρίζουν τα υπέροχα ψηφιδωτά δάπεδα, που διατηρούνται σε ιδιαίτερα καλή κατάσταση.

Στο Πίνακα μπορούμε να παρατηρήσουμε την επισκεψιμότητα των αρχαιολογικών χώρων για την περιοχή της Μαγνησίας, από το 2010 έως το 2015.

5.2.3. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΚΤΗΡΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ – ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ: Οι πρώην καπναποθήκες Παπαστράτου στην παραλία του Βόλου, στεγάζουν τμήματα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και δύο οργανωμένες αίθουσες συνεδρίων (dimosvolos.gr).

Ι. Ν. ΑΓΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΚΑΙ ΕΛΕΝΗΣ: Ο ναός του Αγ. Κωνσταντίνου, χτισμένος το 1936 σε σχέδια του αρχιτέκτονα Αριστοτέλη Ζάχου. Η περίτεχνη αρχιτεκτονική του σε συνδυασμό με την καίρια θέση του στην παραλία του Βόλου, κατέστησαν το Ναό σε σημείο αναφοράς της σύγχρονης πόλης (dimosvolos.gr)..

ΠΑΡΚΟ ΑΓΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ: Πρόκειται για την πρώην Πλατεία Γεωργίου του Α΄ στην παραλία του Βόλου. Διαμορφώθηκε σε πάρκο αναψυχής τη δεκαετία του 1920 σε σχέδια του αρχιτέκτονα Ν. Κιτσίκη (dimosvolos.gr)..

ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ: Χτίστηκε το 1930 σε νεοκλασικό ρυθμό, που χαρακτήριζε την αρχιτεκτονική δημοσίων κτιρίων εκείνης της εποχής (dimosvolos.gr)..

ΑΧΙΛΛΕΙΟ: Το κινηματοθέατρο Αχίλλειον χτίστηκε το 1925 σε σχέδια του βολιώτη αρχιτέκτονα Κ. Αργύρη. Συνεχίζει τη λειτουργία του έως σήμερα (dimosvolos.gr).

Ι. Ν. ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ: Ο Μητροπολιτικός Ναός της πόλης, η πρώτη από τις τρεις εκκλησίες που σχεδίασε ο Αρ. Ζάχος στο Βόλο, αποπερατώθηκε το 1934. Στο προαύλιο του Ναού διατηρείται το παλιό καμπαναριό, έργο του Ιταλού γλύπτη Previsan το 1884 (dimosvolos.gr).

ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΒΟΛΟΥ : Το κτίριο του Σιδηροδρομικού Σταθμού ανεγέρθηκε το 1884, σύμφωνα με την αισθητική των ξένων αρχιτεκτόνων που εργάζονταν εκείνη την εποχή στους Θεσσαλικούς Σιδηροδρόμους. Η μορφή του παραμένει ουσιαστικά αναλλοίωτη στο χρόνο και στον όροφο του σταθμού λειτουργεί μουσείο με σπάνιο υλικό από την ιστορία των σιδηροδρόμων στην περιοχή (dimosvolos.gr).

ΑΓΑΛΜΑ ΑΘΗΝΑΣ ΣΤΟ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ ΒΟΛΟΥ: Λευκό μάρμαρο με άριστα δουλεμένες λεπτομέρειες. Κατασκευάστηκε το 1884 από το Ιταλό γλύπτη G.Previsan και τοποθετήθηκε εκεί με την ευκαιρία των εγκαινίων του Θεσσαλικού Σιδηρόδρομου (dimosvolos.gr)..

ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΩΔΕΙΟ: Τα νεοκλασικό κτίριο του Δημοτικού Ωδείου Βόλου θεμελιώθηκε περίπου το 1885 και από το 1900 λειτούργησε η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας (dimosvolos.gr)..

ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΧΝΗΣ ΤΖΙΟΡΤΖΙΟ ΝΤΕ ΚΙΡΙΚΟ: Βρίσκεται ακριβώς δίπλα στο κτίριο του Δημοτικού Ωδείου. Στεγάζει το Μουσείο Αλέκου Κ.Δάμτσα και στους εκθεσιακούς του χώρους φιλοξενούνται περιοδικές εκθέσεις εικαστικών και επιλογή έργων της Δημοτικής Συλλογή (dimosvolos.gr)..

ΔΗΜΑΡΧΕΙΟ ΒΟΛΟΥ: Χτίστηκε το 1970 με σχέδια του αρχιτέκτονα Δημήτρη Πικιώνη ο οποίος εναρμόνισε το στυλ του Δημαρχείου με την υπόλοιπη αρχιτεκτονική των κτισμάτων του Πηλίου (dimosvolos.gr)..

ΠΑΡΑΛΙΑ ΒΟΛΟΥ

ΛΟΦΟΣ ΓΟΡΙΤΣΑΣ: Στα ανατολικά της πόλεως του Βόλου βρίσκεται ο λόφος της Γορίτσας και αποτελεί ένα φυσικό μικρό ύψωμα περίπου 200μ. πάνω από την επιφάνεια της θάλασσας. Στην κορυφή βρίσκεται η εκκλησία της Ζωοδόχου Πηγής.

ΓΕΝΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ (Παναγία Τρύπα Γορίτσα): Ο ναός αυτός είναι αφιερωμένος στα γενέθλια της Θεοτόκου (dimosvolos.gr).

ΑΓΙΑ ΤΡΙΑΔΑ: Η Αγία Τριάδα είναι παρεκκλήσι βυζαντινού ρυθμού και βρίσκεται δίπλα στο Αχιλλοπούλειο Νοσοκομείο Βόλου. Ξεκίνησε να κτίζεται το 1948 και τα εγκαίνια της έγιναν τον Οκτώβριο του 1954 (dimosvolos.gr).

5.2.4. ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

Ο Βόλος συνδέεται οδικώς, σιδηροδρομικώς και αεροπορικώς με την υπόλοιπη Ελλάδα, έχει εμπορικό λιμάνι με ακτοπλοϊκή σύνδεση προς γειτονικά νησιά και είναι μία πόλη που διαθέτει πυκνό συγκοινωνιακό δίκτυο.

Διαθέτει ένα από τα περιφερειακά αεροδρόμια της Ελλάδας τον Κρατικό Αερολιμένα Νέας Αγχιάλου, ο οποίος είναι σε λειτουργία από τον Σεπτέμβριο του 2010. Το αεροδρόμιο βρίσκεται 26 χλμ. από το κέντρο της πόλης ανάμεσα από Νέα Αγχίαλο και Αλμυρό. Στο πίνακα 5.2.4.1. παρουσιάζονται οι εταιρίες και οι πτήσεις από και προς το αεροδρόμιο για το έτος 2017. Οι πτήσεις ξεκινούν από τις 29 Απριλίου, ενώ τερματίζουν στις 28 Οκτωβρίου.

Πίνακας 5.2.4.1. : Πτήσεις αεροδρομίου Νέας Αγχιάλου για το έτος 2017.

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΝΕΑΣ ΑΓΧΙΑΛΟΥ - ΠΤΗΣΕΙΣ 2017					
ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΠΟΛΗ	ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧ/ΣΕΙΣ
	Γενεύη (GVA)	1.7.2017 - 8.7.2017	HOP 9670	Σάββατο 18:10	
			HOP 9671		Σάββατο 18:40
		15.7.2017 - 12.8.2017	HOP 9670	Σάββατο 13:10	
			HOP 9671		Σάββατο 13:50
	Τελ Αβίβ (TLV)	26.6.2017 - 28.8.2017	U8 1800	Δευτέρα 12:00	
			U8 1801		Δευτέρα 12:45
		23.6.2017 - 25.8.2017	U8 1800	Παρασκευή 12:00	
			U8 1800		Παρασκευή 12:45
	Μόναχο (MUC)	29.4.2017 - 28.10.2017	CFG 1786	Σάββατο 12:55	
			CFG 1787		Σάββατο 14:00
	Αμστερνταμ (AMS) (μέσω Κεφαλλονιάς)	21.4.2017 - 30.6.2017	TRA 563	Παρασκευή 9:15	
			TRA 564		Παρασκευή 10:00
		7.7.2017 - 25.8.2017	TRA 563	Παρασκευή 8:40	
			TRA 564		Παρασκευή 9:20
		1.9.2017 - 6.10.2017	TRA 563	Παρασκευή 9:15	
			TRA 564		Παρασκευή 10:00
	Βρυξέλλες (BRU)	29.4.2017 - 24.6.2017	JAF 6735	Σάββατο 15:55	
			JAF 6736		Σάββατο 16:40
		1.7.2017 - 26.8.2017	JAF 6735	Σάββατο 16:25	
			JAF 6736		Σάββατο 17:20
		2.9.2017 - 7.10.2017	JAF 6735	Σάββατο 15:55	
			JAF 6736		Σάββατο 16:40
	Παρίσι (ORY)	8.4.2017 - 30.9.2017	TVF 1072	Σάββατο 18:45	
			TVF 1073		Σάββατο 19:25
	Βιέννη (VIE)	17.6.2017 - 23.9.2017	AUA 9023	Σάββατο 20:20	
			AUA 9024		Σάββατο 20:20
	Λονδίνο (LGW) (μέσω Σκιάθου)	26.5.2017 - 6.10.2017	LLC 352	Παρασκευή 12:40	
	Λονδίνο (LGW)		LLC 353		Παρασκευή 14:00

Πηγή: <http://www.thessalyairport.gr/el/ptiseis.html> (2017), ίδια επεξεργασία

Επίσης, το λιμάνι του Βόλου είναι το τρίτο μεγαλύτερο εμπορικό λιμάνι στην Ελλάδα, ενώ επίσης συνδέεται καθημερινά με πλοία και υδροπτερυγα με τις Σποράδες. Ακόμα, η πόλη συνδέεται με το σιδηροδρομικό δίκτυο του ΟΣΕ. Τέλος, ο Βόλος εξυπηρετείται από αστικές και υπεραστικές λεωφορειακές γραμμές.

Παρ' όλα αυτά είναι σημαντικές οι ελλείψεις στη διαπεριφερειακή οδική υποδομή για σύνδεση της Θεσσαλίας κύρια με τις βόρειο-δυτικά περιφέρειες, ενώ σημαντικότερες είναι οι ελλείψεις στο ενδοπεριφερειακό οδικό δίκτυο, γεγονός που «ακυρώνει» τα πλεονεκτήματα του κεντρικού αυτοκινητόδρομου για την Θεσσαλία όταν βασικά παραγωγικά της κέντρα δεν έχουν εύκολη πρόσβαση στο κύριο διευρωπαϊκό οδικό δίκτυο της Χώρας.

Από τις παραπάνω αναφερόμενες ελλείψεις και σύμφωνα με τον Ιακωβίδη Δ. (2014) οι ελλείψεις της Περιφέρειας ως προς τις μεταφορικές υποδομές που προκύπτουν είναι:

- Στην ολοκλήρωση των σημαντικών / κύριων μεταφορικών υποδομών της Χώρας, (Ε - 65, ΠΑΘΕ, σιδηροδρομικός άξονας Αθήνα – Θεσσαλονίκη).

- Στην ολοκλήρωση, αλλά και βελτίωση διαπεριφερειακών και ενδοπεριφερειακών οδικών και σιδηροδρομικών συνδέσεων.
- Στην κατασκευή έργων βελτίωσης των λιμενικών εγκαταστάσεων της Περιφέρειας.
- Στις συνδέσεις οικιστικών κέντρων και τουριστικών – πολιτιστικών περιοχών με το κύριο οδικό δίκτυο και διευρωπαϊκούς άξονες.

5.2.5. ΤΟ ΤΡΕΝΑΚΙ ΤΟΥ ΠΗΛΙΟΥ

Ο θρυλικός Μουτζούρης, ξεκίνησε τις γοητευτικές διαδρομές του στο Πήλιο το 1895. Η γραμμή σχεδιάστηκε σε σχέδια του Ιταλού μηχανικού Εβαρίστο Ντε Κίρικο και πρόκειται για ένα τεχνολογικό επίτευγμα της εποχής του. Σήμερα συνεχίζει να προσφέρει τις υπηρεσίες του με αφετηρία τα Λεχώνια και τερματισμό τον Σ. Σ. Μηλεών.

Ο ιστορικός σιδηρόδρομος Βόλου – Μηλεών, το τραινάκι του Πηλίου, όπως είναι πιο γνωστό, κατασκευάστηκε σε δύο στάδια από το 1894 μέχρι το 1903.

Ο θρυλικός πλέον «Μουτζούρης» συνέδεσε το εμποροβιομηχανικό κέντρο του Βόλου με την εύφορη και πλούσια περιοχή του Δυτικού Πηλίου, στις πλαγιές και στους ελαιώνες του βουνού των Κενταύρων.

Μέχρι το 1950 ο συρμός με τις βελγικές μηχανές «Μηλαίαι», «Ιάσων», «Πήλιον», «Βόλος», «Τσαγκαράδα» και τα βαγονάκια του, με μικρότερες μηχανές εξυπηρετούσαν και τις ανάγκες της πόλης ως τροχιοδρόμος για την αστική συγκοινωνία του Βόλου. Για 80 χρόνια υπήρξε σημείο αναφοράς για την ευρύτερη περιοχή. Μετά την κατάργηση του το 1971 έγιναν προσπάθειες για την επαναλειτουργία του σαν (μουσειακού) τουριστικού σιδηροδρόμου σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς. Μετά από σημαντικά έργα ανακατασκευής μέρους της υποδομής, μπήκε και πάλι σε λειτουργία το 1996.

Για την επανέναρξη των δρομολογίων απαιτήθηκαν δίμηνες εργασίες προκειμένου να απομακρυνθούν χώματα από κατολισθήσεις και να αντιμετωπισθούν προβλήματα που είχαν προκληθεί από διαβρώσεις.

Η γραμμή του, έχει πλάτος 60 εκ., είναι η στενότερη σιδηροδρομική γραμμή στην Ελλάδα και μια από τις στενότερες στον κόσμο. Η διαδρομή Άνω Λεχωνίων – Μηλεών, μέσα σε καταπράσινες πλαγιές και με την πανέμορφη θέα του Παγασητικού, περνάει μέσα από γραφικές πέτρινες καμάρες πάνω από οκτώ λιθόκτιστες γέφυρες με πελεκητή

μαρμαρόπετρα (δίτοξες, τρίτοξες και μια πεντάτοξη) καθώς και από μια μεταλλική γέφυρα όπου η καμπύλη γραμμή γράφεται μέσα σε ευθύγραμμο φορέα, σύμφωνα με τα σχέδια φημισμένων γεφυροποιών της εποχής. Την ευθύνη κατασκευής της γραμμής είχε ο φημισμένος Ιταλός μηχανικός Εβαρίστο ντε Κίρικο. Ήταν ο πατέρας του διάσημου υπερρεαλιστή ζωγράφου Τζιόρτζιο ντε Κίρικο, που αποτύπωσε την φιγούρα του μικρού τρένου σε μερικούς από τους διάσημους πλέον πίνακές του.

Το τραινάκι επαναδρομολογήθηκε στη γραμμή Άνω Λεχώνια – Μηλίες, μήκους 15 χλμ. Η διαδρομή διαρκεί 90 λεπτά , με 15λεπτη στάση στην Άνω Γατζέα και η μέγιστη ταχύτητά του είναι 20 χλμ. την ώρα.

Υπάρχει το παραδοσιακό τροχαίο υλικό, ατμάμαξες του 1903 και του 1912, ξύλινα βαγόνια με εξώστες όσο και δύο νέες δηζελάμαξες που αποκτήθηκαν από τον ΟΣΕ το 2000.

5.2.6. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ - ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ

Τσιπουράδικα: Το τσίπουρο και τα φημισμένα τσιπουράδικα χαρακτηρίζουν την πόλη του Βόλου, από τη Νέα Ιωνία ως τον Άναυρο και από τον Άνω Βόλο ως την παραλία. Είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής, βασικός τρόπος συνάντησης και επικοινωνίας των κατοίκων και πόλος έλξης για όλους τους επισκέπτες τα πόλης. Υπάρχουν περίπου 400 τσιπουράδικα. Τα πιο κοσμικά βρίσκονται στην παραλία, τα υπόλοιπα και πιο αυθεντικά χάνονται μέσα στα στενάκια των συνοικιών.

Το «θεσμό» και την τελετουργία του τσίπουρου τα καθιέρωσαν στην πόλη οι Μικρασιάτες πρόσφυγες, που μετά το 1922 εγκαταστάθηκαν στην Νέα Ιωνία Βόλου. Εκεί φτιάχτηκαν και τα πρώτα τσιπουράδικα. Οι Μικρασιάτες εργάτες της θάλασσας και του λιμανιού, το μεσημέρι μετά τη δουλειά τους, μαζεύονταν στα καφεενεάκια και στα ταβερνάκια του λιμανιού και συνήθιζαν να πίνουν το τσιπουράκι τους με λιτούς ψαρομεζέδες, που κόντραραν δυναμικά το υψηλόβαθμο ποτό. Οι μεζέδες ήταν σερβιρισμένοι σε μικρά πιατάκια, με βασικό γευστικό θέμα τα θαλασσινά. Σιγά-σιγά, στην παρέα των προσφύγων ενσωματώθηκαν και οι ντόπιοι, ενώ και οι μεζέδες εξελίχθηκαν σε ποικιλία και σε πρωτοτυπία. Έτσι, το τσίπουρο καθιερώθηκε ως παραδοσιακό ποτό και τα τσιπουράδικα ως σήμα κατατεθέν της πόλης. Μερικές από τις πιο γνωστές γιορτές που διαδραματίζονται στη περιοχή είναι η Γιορτή κρασιού στον Άγιο Λαυρέντιο τον Ιούνιο, η Γιορτή λουκάνικου στις Σταγιάτες τον Ιούλιο η Γιορτή κρασιού στη Νέα Αγχίαλο τον Αύγουστο, η Ψαράδικη βραδιά στην Αγριά τον Αύγουστο, και η Γιορτή κάστανου στο Ξουρίτσι τον Οκτώβριο.

Ταβέρνες: Στην πόλη υπάρχουν αρκετές γραφικές ταβέρνες, από τα «κουτούκια» του Παλιού Λιμεναρχείου έως εκείνα της Νέας Δημητριάδας και από αυτά της Νέας Ιωνίας έως και τις οικογενειακές ταβέρνες του Βόλου. Εκεί μπορεί κανείς να γευτεί τοπικά εδέσματα, με συνοδεία κρασιού. Στην πόλη και ιδιαίτερα στα Παλιά υπάρχουν βέβαια, σύγχρονα εστιατόρια με γεύσεις από όλο τον κόσμο. Αλλά και για το υπόλοιπο της νύχτας ο Βόλος είναι επίσης φιλόξενος και πλούσιος σε προσφορές. Σήμα κατατεθέν της νυχτερινής ζωής είναι η κίνηση στα δεκάδες μπαράκια που συναντάμε στους πεζόδρομους γύρω από το ναό του Αγίου Νικολάου και στη συνοικία των Παλιών, αλλά και στα μαγαζιά με ζωντανή μουσική. Πολλά από αυτά, μάλιστα, έχουν τη δική τους μοναδική ιστορία για περισσότερα από 20 χρόνια. Εναλλακτική πρόταση –αλλά και συμπλήρωμα- προς την έντονη κίνηση αποτελεί η ηρεμία που προσφέρουν οι ρομαντικές γωνιές της πόλης, που καλούν τον επισκέπτη σε ένα περίπατο χωρίς τελειωμό

5.2.7. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Η πόλη του Βόλου και το Πήλιο αποτελούν τουριστικές περιοχές. Υπάρχουν αρκετά ξενοδοχεία τα οποία λειτουργούν όλη τη διάρκεια του χρόνου και οι υπηρεσίες που παρέχουν είναι υψηλού επιπέδου.

Στον πίνακα 5.2.8.1. παρουσιάζεται το ξενοδοχειακό δυναμικό που καταγράφηκε στη περιοχή το 2016. Οι τουριστικές μονάδες που καταγράφηκαν είναι 414, ενώ τα δωμάτια που υπάρχουν και μπορούν να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες της περιοχής φτάνουν τα 10.099.

Επίσης, στο πίνακα 5.2.8.2. παρουσιάζονται οι αφίξεις που καταγράφηκαν στην περιοχή από το 2010 έως το 2015. Παρατηρούμε ότι υπάρχει αύξηση της επισκεψιμότητας στη περιοχή, που σημαίνει ότι ο τόπος έχει ξεκινήσει και προσελκύει το ενδιαφέρον των τουριστών.

Πίνακας 5.2.8.1.: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Θεσσαλίας 2016

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2016							
		5*	4*	3*	2*	1*	ΣΥΝΟΛΟ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	Μονάδες	2	7	9	15	2	35
	Δωμάτια	80	217	259	303	85	944
	Κλίνες	178	462	517	557	192	1.906
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΡΙΣΑΣ	Μονάδες	2	1	13	16	9	41
	Δωμάτια	224	24	507	498	213	1.466

	Κλίνες	433	46	970	904	396	2.749
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	Μονάδες	14	74	57	89	33	267
	Δωμάτια	284	1.112	1.017	1.728	569	4.710
	Κλίνες	542	2.326	2.081	3.313	1.102	9.364
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΠΟΡΑΔΩΝ	Μονάδες	5	25	23	71	28	152
	Δωμάτια	611	1.201	1.095	2.028	522	5.457
	Κλίνες	1.260	2.345	2.166	3.896	1.038	10.705
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	Δωμάτια	59	788	902	434	66	2.249
	Κλίνες	132	1.549	1.720	853	123	4.377
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	26	117	132	216	77	568
	Δωμάτια	1.258	3.342	3.780	4.991	1.455	14.826
	Κλίνες	2.545	6.728	7.454	9.523	2.851	29.101

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2017). ίδια επεξεργασία

Πίνακας 5.2.8.2.: Αφίξεις, Διαν/σεις & Πληρότητα 2010-2015

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ: στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας τα έτη 2010-2015 THESSALIA REGION: arrivals, overnights and occupancy 2010-2015									
Περιφερειακές Ενότητες	Regional Areas		2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Καρδίτσα	Karditsa	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Foreign arrivals in Hotels	1.402	1.316	1.526	2.006	2.887	2.825
		Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Domestic arrivals in Hotels	63.496	60.866	62.590	62.041	64.672	69.066
		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Foreign overnights	2.919	2.687	3.951	4.405	5.481	5.686
		Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Domestic overnights	129.019	119.095	116.930	116.473	123.083	127.972
		Πληρότητα	Occupancy	27,7%	24,4%	22,1%	21,6%	22,7%	23,1%
Λάρισα	Larissa	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Foreign arrivals in Hotels	10.361	10.263	8.985	9.422	13.495	13.734
		Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Domestic Arrivals in Hotels	115.645	113.340	93.382	98.736	104.346	95.704
		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Foreign overnights	25.858	24.674	27.757	24.157	41.477	41.342
		Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Domestic overnights	212.022	194.735	162.968	176.164	185.553	163.430
		Πληρότητα	Occupancy	30,8%	21,2%	18,5%	19,3%	29,1%	28,9%
Μαγνησία	Magnesia	Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Foreign arrivals in Hotels	94.138	100.610	93.366	100.995	110.099	116.900
		Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Domestic arrivals in Hotels	297.303	287.170	239.059	239.798	228.973	238.255
		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Foreign overnights	499.893	551.434	525.205	586.943	643.597	675.420
		Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Domestic overnights	749.960	725.865	595.465	575.609	561.024	551.320
		Πληρότητα Ηπειρωτικής Μαγνησίας	Occupancy Mainland	26,3%	25,7%	21,5%	21,7%	20,7%	21,6%
Τρίκαλα	Trikala	Πληρότητα Σποράδων	Occupancy Sporades	49,6%	48,0%	42,8%	44,1%	47,4%	44,7%
		Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Foreign arrivals in Hotels	122.468	130.420	94.936	128.225	161.919	178.432
		Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Domestic Arrivals in Hotels	116.563	105.013	92.203	99.891	96.824	99.740
		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Foreign overnights	132.994	141.764	108.909	158.449	229.172	241.731
		Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Domestic overnights	189.863	173.146	157.511	166.405	163.673	173.395
Σύνολο	Total	Πληρότητα	Occupancy	26	24,7%	20,3%	24,7%	29,5%	30,9%
		Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Foreign arrivals in Hotels	228.369	242.609	198.813	240.648	288.400	311.891
		Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	Domestic arrivals in Hotels	593.007	566.389	487.234	500.466	494.815	502.765
		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Foreign overnights	661.664	720.559	665.822	773.954	919.727	964.179
		Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Domestic overnights	1.280.864	1.212.841	1.032.874	1.034.651	1.033.333	1.016.117
Σύνολο	Total	Πληρότητα	Occupancy	31,8%	29,3%	27,7%	29,1%	29,5%	29,6%

Πηγή: ELSTAT - Τα στοιχεία προκύπτουν από μέρος των συνολικά διαθέσιμων κλινών - δεν γίνεται εκτίμηση και προβολή των αποτελεσμάτων στο 100% των μονάδων αναφοράς λόγω έλλειψης της πληροφορίας των μηνών λειτουργίας του κάθε καταλύματος μέσα στο έτος.

Source: ELSTAT - Data is based on part of the total available beds - It is not extrapolated to derive an estimate for the whole market as there is no information about the months during which each hotel operates

Πηγή: INSETE (2015)

5.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΒΟΛΟ ΚΑΙ ΤΟ ΠΗΛΙΟ

Στο Βόλο στεγάζονται αρκετά τμήματα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Αυτό έχει ως συνέπεια τη διοργάνωση αρκετών συνεδρίων. Ο συνεδριακό , όμως τουρισμός πέρα από τους ενδιαφερόμενους για τη διοργάνωση συνεδρίων απαιτεί και τη φιλοξενία των συνέδρων. Συγκεκριμένα υπάρχουν πέντε μεγάλα ξενοδοχεία 4 και 5 αστερών, τα οποία μπορούν να φιλοξενήσουν τους συνέδρους, αλλά διαθέτουν και αίθουσες οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν συνέδρια.

Πιο συγκεκριμένα, οι εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στο Βόλο είναι συγκεντρωμένες κυρίως σε τρία σημεία της πόλης: στην παραλία, στο Πεδίον του Αρεως και στο Φυτόκο Νέας Ιωνίας.

5.3.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του πανεπιστημίου Θεσσαλίας παρουσιάζονται οι συνεδριακές αίθουσες και η χωρητικότητα τους (www.eadp.uth.gr):

- Αμφιθέατρο «Ι. ΚΟΡΔΑΤΟΥ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 600 ατόμων.
- Αμφιθέατρο «Δ. ΣΑΡΑΤΣΗ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 150 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ Α – ΚΤΙΡΙΟ «ΔΕΛΜΟΥΖΟΥ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 90 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ Γ – ΚΤΙΡΙΟ «ΔΕΛΜΟΥΖΟΥ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 50 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ Δ – ΚΤΙΡΙΟ «ΔΕΛΜΟΥΖΟΥ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 70 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ Θ – ΚΤΙΡΙΟ «ΔΕΛΜΟΥΖΟΥ», η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 90 ατόμων.

- ΑΙΘΟΥΣΑ « ΜΠΙΛΗ ΒΕΜΗ » , η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, *Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 100 ατόμων.*
- ΑΙΘΟΥΣΑ « ΣΚΟΥΒΑΡΑ » , η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, *Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 100 ατόμων.*
- ΑΙΘΟΥΣΑ Σ – ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ, η οποία βρίσκεται στο παραλιακό συγκρότημα, *Κτίριο «Δελμούζου» και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 100 ατόμων.*
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, το οποίο βρίσκεται στην οδό Καρτάλη με Ροζού και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 190 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ – ΚΤΙΡΙΟ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, το οποίο βρίσκεται στο Πεδίο του Άρεως και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 190 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ Β12 ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗΣ- ΤΜΧΠΠΑ, το οποίο βρίσκεται στο Πεδίο του Άρεως και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 40 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧ/ΚΩΝ, το οποίο βρίσκεται στο Πεδίο του Άρεως και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 120 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΜΗΧ/ΓΩΝ ΜΗΧ/ΚΩΝ, το οποίο βρίσκεται στο Πεδίο του Άρεως και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 80 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΓΕΩΠΟΝΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ 1, το οποίο βρίσκεται στο Φυτόκο και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 160 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΓΕΩΠΟΝΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ 2, το οποίο βρίσκεται στο Φυτόκο και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 95 ατόμων.
- ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΟ ΓΕΩΠΟΝΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ 3, το οποίο βρίσκεται στο Φυτόκο και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 150 ατόμων.
- ΑΙΘΟΥΣΑ ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗΣ – ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΕΩΣ 2 η οποία βρίσκεται στο κεντρική βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και αποτελεί μία αίθουσα χωρητικότητας 25 ατόμων.

5.3.2. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Στο Βόλο και στο Πήλιο υπάρχουν έξι μεγάλα ξενοδοχεία τα οποία μπορούν να καλύψουν τη διοργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων και τα οποία πληρούν τις προδιαγραφές συνεδριακών εγκαταστάσεων. Αναλυτικά είναι:

- **Domotel Xenia Volou 5*** : Διαθέτει αίθουσα με συνολικό εμβαδόν 548τμ, την αίθουσα Grand Ballroom, μπορεί να διαιρεθεί σε 4 μικρότερες και μπορεί να εξυπηρετήσει έως 600 άτομα.
- **Valis Resort Hotel 5*** :
 - Αίθουσα Άρτεμις : Χωρητικότητα 110 άτομα
 - Αίθουσα Ιωλκός : Χωρητικότητα 70 άτομα
 - Αίθουσα Πήλιο : Χωρητικότητα 80 άτομα
- **Xenia Palace Portaria 4*** :

Πίνακας 5.3.2.1. : Συνεδριακοί Χώροι Xenia Palace Portarias

Συνεδριακοί χώροι	Διάταξη αιθουσών / Μέγιστη χωρητικότητα						
	M2	ΥΨΟΣ	ΘΕΑΤΡΟ	ΤΑΞΗΣ	ΣΧΗΜΑ Π	ΓΕΥΜΑΤΟΣ	ΚΟΚΤΕΙΛ
ΚΕΝΤΑΥΡΟΣ	120	280	120	80	45	120	160
ΙΩΛΚΟΣ	90	280	80	50	35	72	100
ΠΗΛΕΑΣ	52	240	50	30	20	40	60
Εξωτερικοί χώροι							
ΒΕΡΑΝΤΑ	450					350	450
ΠΙΣΙΝΑ ΧΕΝΙΑ	900					600	800

Πηγή: <http://www.xeniaportarias.gr/xenia-xoroi-sinedrion>

- **Portaria Hotel & Spa 4*:**

Πίνακας 5.3.2.2. : Συνεδριακοί Χώροι Portaria Hotel & Spa

ROOM NAME	<div>THEATRE</div> <div>CLASSROOM</div> <div>U SHAPE</div> <div>DINNER</div>			
Pilio I	180	90	25	
Pilio II	180	100	50	
Grand Pilio	250	150	50	
Thetis	120	80	20	140
Main Restaurant				200
"1990" Restaurant				60
Pool Area				400
Veranda "1990"				200

Πηγή: <http://www.portariahotel.gr/index.php/el/capacity>

➤ **Volos Palace 4*:**

Πίνακας 5.3.2.3. : Συνεδριακοί Χώροι Volos Palace

Συνεδριακοί χώροι	Διατίθεται επισκευών / Μέγιστη χωρητικότητα					
	M2	ΘΕΑΤΡΟ	ΤΑΞΗΣ	ΣΧΗΜΑ Π	ΓΕΥΜΑΤΟΣ	ΚΟΚΤΕΙΛ
ΜΑΓΝΗΣΙΑ	306	320	160	60	300	400
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	155	120	90	40	80	120

Πηγή: <http://www.volospalace.gr/xoroi-sunedrion-kai-ekdiloseon>

- **Park Hotel 4*:** Το Forum Conference Center, είναι ένα τριώροφο, άρτιο και σύγχρονα εξοπλισμένο συνεδριακό κέντρο, δίπλα στο ξενοδοχείο Παρκ. Διαθέτει δύο αίθουσες συνεδρίων 150 ατόμων χωρητικότητας η κάθε μια, με χώρο υποδοχής και meeting room.

5.3.3. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΙΕΡΑΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΟΣ

Στη περιοχή Φυτόκο, βρίσκεται το συνεδριακό κέντρο της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος. Λειτουργεί όλη το χρόνο. Διαθέτει 13 συνεδριακές αίθουσες, συνολικής χωρητικότητας 1350 ατόμων. Στα εστιατόρια του μπορεί να προσφερθεί φαγητό σε 440 άτομα ταυτόχρονα.

5.3.4. ΕΛΛΕΙΨΗ ΜΕΓΑΛΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ

Κάνοντας μία ανασκόπηση όλων των παραπάνω παρατηρούμε ότι το σημαντικότερο πρόβλημα της πόλης του Βόλου αλλά και της ευρύτερης περιοχής γενικότερα, ως συνεδριακού προορισμού, είναι η έλλειψη μεγάλων υποδομών. Ο Νομός Μαγνησίας δεν διαθέτει ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο, όπως άλλες ευρωπαϊκές πόλεις.

Σύμφωνα όμως με το στρατηγικό σχεδιασμό για την περίοδο 2015 -2019, προβλέπεται η δημιουργία ενός πολυχώρου στο Πεδίον Άρεως, που θα περιλαμβάνει μουσείο της Αργούς και θεματικό πάρκο Κενταύρων, ενυδρείο και ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων. (magnesianews.gr, 29/07/2015).

Στη συζήτηση της αναμόρφωσης του προϋπολογισμού και της τροποποίησης του τεχνικού προγράμματος στο Δημοτικό Συμβούλιο Βόλου υπήρχαν διαφωνίες των

μειοψηφιών για τη μετατροπή του εκθεσιακού κέντρου σε συνεδριακό, καθώς θεωρήθηκε υπερβολικό το κόστος. Τελικά το έργο εγκρίθηκε με τις ψήφους της πλειοψηφίας μόνο. (magnesianews.gr, 23/01/2017)

Με τις μετατροπές που θα γίνουν στο Εκθεσιακό – Αθλητικό Κέντρο/Γυμναστήριο Βόλου, θα μετατραπεί σε συνεδριακό κέντρο, το οποίο θα έχει χωρητικότητα 1997 άτομα στη αίθουσα του ισογείου, στο υφιστάμενο πατάρι 382 άτομα στην προσθήκη – επέκταση δύο τμημάτων παταριού από μεταλλική κατασκευή επιφάνειας 226 μ² – 364 άτομα (η συνολική χωρητικότητα του συνεδριακού θα είναι 2721 άτομα). (www.ert.gr, 04/03/2016).

Οι εργασίες μετατροπής του κτιρίου που απαιτούνται είναι επιχρίσματα των εξωτερικών επιφανειών του κτιρίου, εξωτερικό βάψιμο των επιφανειών του κτιρίου, βερνικοχρωματισμοί του μεταλλικού σκελετού του κτιρίου, προσθήκη – επέκταση δύο τμημάτων παταριού από μεταλλική κατασκευή επιφάνειας 113 μ² η κάθε μία σε επαφή με τις υφιστάμενες μεταλλικές σκάλες για να εξασφαλιστεί χώρος για 364 άτομα και αποξήλωση των τοιχοπετασμάτων (χωρίσματα) των υφισταμένων γραφείων στο υφιστάμενο πατάρι για να εξασφαλιστεί χώρος για 382 άτομα. (Ραυτοπούλου, ert.gr, 2016).

Σχετικά με το συνεδριακό τουρισμό, ο δήμος χαρακτηρίζει σημαντική τη συμβολή στην πόλη από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας με σημαντικές διακρίσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό, με τον Δήμο Βόλου να θέλει να επενδύσει στο κεφάλαιο της επιστημονικής γνώσης που παράγεται από το τοπικό Ακαδημαϊκό Ίδρυμα, καθώς πρέπει να αξιοποιηθεί και να διαχυθεί στη κοινωνία. (magnesianews.gr, 29/07/2015). Όπως αναφέρεται στο σχέδιο, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού με το άνοιγμα της πόλης στην Ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά, με την προσέλκυση και διοργάνωση συνεδρίων, αναλογιζόμενοι και την δυνατότητα που έχει η πόλη σε υποδομές (συνεδριακά κέντρα, αίθουσες, σύγχρονες ξενοδοχειακές υποδομές) φιλοξενίας (magnesianews.gr, 29/07/2015).

5.4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

A. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση με δευτερογενή δεδομένα, ενώ για τη μελέτη περίπτωσης πρωτογενής ποιοτική έρευνα με τη μέθοδο των συνεντεύξεων.

Η συνέντευξη είναι η διαδικασία που επιτρέπει στον ερευνητή να αντλήσει δεδομένα και μέσα για το θέμα που διερευνά. Η συνέντευξη στηρίζεται στην ελεύθερη επικοινωνία και βοηθάει τον ερευνητή να αξιοποιήσει εμπειρίες και συναισθήματα.

Η συνέντευξη είναι μία από τις πιο συνηθισμένες τεχνικές συλλογής δεδομένων. Χωρίζεται στις παρακάτω κατηγορίες (Κεδρακά, 2009):

1. **δομημένη συνέντευξη**, όπου ο ερευνητής έχει από πριν συγκεκριμένες ερωτήσεις
2. **ελεύθερη συνέντευξη**, όπου ο ερωτώμενος αναπτύσσει ελεύθερα τις απόψεις του
3. **ημιδομημένη συνέντευξη**, όπου ο ερευνητής έχει κάποιες ορισμένες ερωτήσεις οι οποίες λειτουργούν σαν κατευθυντήριοι άξονες και από εκεί και πέρα ο ερωτώμενος θα αναπτύξει ελεύθερα την άποψή του.

Στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία χρησιμοποιήθηκε η δομημένη συνέντευξη και η διαδικασία που ακολουθήθηκε αναλύεται παρακάτω εκτενέστερα.

Από την αρχή, επιλέχθηκαν οι ερωτώμενοι, ώστε να είναι άτομα που ασχολούνται με τη διοργάνωση συνεδρίων στο Βόλο και στο Πήλιο. Με βάση τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, δημιουργήθηκαν οι ερωτήσεις για τους ερωτώμενους. Στη συνέχεια, έγιναν οι κατάλληλες προσεγγίσεις προς τους ερωτώμενους, ώστε να συντονιστεί ο χρόνος και ο τόπος των συνεντεύξεων. Η διαδικασία των συνεντεύξεων ξεκίνησε με τη μαγνητοφώνηση μέσω κινητού τηλεφώνου. Τέλος, με την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων έγινε η απομαγνητοφώνηση τους, για να προχωρήσουμε στη ανάλυση του ερευνητικού υλικού.

Πραγματοποιήθηκαν πέντε συνεντεύξεις σε εκπροσώπους ξενοδοχείων του Βόλου που διαθέτουν συνεδριακές υποδομές. Τα στοιχεία των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα είναι Γκαγκάκη Μαριάννα (Διευθύντρια ξενοδοχείου), ημερομηνία συνέντευξης: 15/01/2017, Πελαγιάδης Απόστολος (Υπεύθυνος Τμήμα Κρατήσεων) ημερομηνία συνέντευξης: 20/01/2017, Ραπτόπουλος Γιώργος (F&B Manager) ημερομηνία συνέντευξης: 17/01/2017, Αλατίνη Χριστίνα (Υπεύθυνη Τμήμα Κρατήσεων) ημερομηνία συνέντευξης: 22/01/2017.

B. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η διαδικασία των συνεντεύξεων πραγματοποιήθηκε χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα. Το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετώπισε η ερευνήτρια κατά τη διεξαγωγή της έρευνας ήταν η δυσκολία εύρεσης των ατόμων, ώστε να συμμετάσχουν στη έρευνα, καθώς υπήρχαν αρκετές αρνήσεις σε αιτήματα συμμετοχής στην έρευνα κυρίως λόγω

έλλειψης χρόνου και φόρτου εργασίας. Κατά συνέπεια, ένας περιορισμός της έρευνας είναι ο σχετικά μικρός αριθμός συμμετεχόντων που όμως κρίθηκε ικανοποιητικός για τα δεδομένα της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Γ. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της συνέντευξης ώστε να διερευνηθούν οι απόψεις εκπροσώπων ξενοδοχείων με συνεδριακές υποδομές στο Βόλο και το Πήλιο, σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση και τις προοπτικές ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού στη περιοχή.

Σε ερώτηση σχετικά με το πόσο έχει αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός στο Βόλο, σχεδόν όλοι είπαν ότι τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει αύξηση, μετά τη δημιουργία των αντίστοιχων υποδομών, τόσο σε ξενοδοχεία, όσο και σε αμιγείς συνεδριακούς χώρους. Στέλεχος σε 4* ξενοδοχείο του Βόλου ανέφερε: *«...Πλέον οι πέντε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, έχουν δημιουργήσει συνεδριακά τμήματα με εξειδικευμένο πακέτο παρεχόμενων υπηρεσιών, επανδρωμένο με το κατάλληλο οπτικοακουστικό εξοπλισμό.»* (Ρ.Γ.).

Σε ερώτηση πως κρίνεται την απόφαση του δήμου για τη δημιουργία αυτόνομου συνεδριακού κέντρου στο Πεδίο του Άρεως, σχεδόν όλοι είπαν ότι αποτελεί θετική εξέλιξη, καθώς η δημιουργία ενός αυτόνομου συνεδριακού κέντρου θα αποτελέσει πόλο έλξης των πρακτόρων που διοργανώνουν μεγάλα συνέδρια, τόσο εθνικά, όσο και διεθνή. Στέλεχος σε 4* ξενοδοχείο του Βόλου ανέφερε: *«...Το γραφείο ενημέρωσης τουρισμού του δήμου Βόλου, με τη συμμετοχή σε Ευρωπαϊκές και Διεθνής εκθέσεις, άνοιξε το δίαυλο επικοινωνίας με διεθνή και ευρωπαϊκά πρακτορεία διοργανώσεων συνεδρίων.»* (Γ.Μ.).

Σε ερώτηση για τα οφέλη του συνεδριακού τουρισμού ως προς τον τόπο, ειπώθηκε ότι τα οφέλη είναι κατά κύριο λόγο οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά. Ο υπεύθυνος τμήματος κρατήσεων σε ξενοδοχείο 4* ανέφερε χαρακτηριστικά ότι *«...τα τελευταία χρόνια, σε εθνικό επίπεδο έχει ενισχυθεί η προβολή του τόπου... »* (Α.Χ.) θέλοντας να δείξει τα πολλαπλά οφέλη του συνεδριακού τουρισμού συνολικά για την πόλη.

Τα αποτελέσματα, σύμφωνα πάντα με τους ερωτώμενους, σχετικά με τα είδη των συνεδρίων που διοργανώνονται, το μέγεθος και τη διάρκεια που συνήθως έχουν, όλοι σχεδόν συμφώνησαν ότι είναι κυρίως επαγγελματικής φύσεως, π.χ. ιατρικά, φαρμακευτικά, κ.α., που στόχο έχουν την ενημέρωση για τις νέες τάσεις στο αντίστοιχο αντικείμενο. Επίσης, έχουν στόχο την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ συναδέλφων.

Αναφορικά με τη διάρκεια που έχουν συνήθως τα συνέδρια, όλοι συμφώνησαν ότι συνήθως έχουν διάρκεια μία ή δύο μέρες ή είναι forum. Τέλος το μέγεθος των συνεδρίων είναι είτε ενδοαιτερικά από 10 έως 30 άτομα, εξωστρεφείς έως 100 άτομα και τέλος πανελλήνια έως 300 άτομα. Ο υπεύθυνος τμήματος κρατήσεων σε ξενοδοχείο 4* ανέφερε χαρακτηριστικά ότι «...δεν υπάρχει η κατάλληλη συνεδριακή υποδομή για περισσότερα άτομα... » (Ρ.Γ.) θέλοντας να δείξει και το όφελος της δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου.

Για το αν ο Βόλος και το Πήλιο έχει τη δυνατότητα να καθιερωθεί στην παγκόσμια αγορά ως προορισμός συνεδρίων και να ανταγωνιστεί άλλους συνεδριακούς προορισμούς, σχεδόν όλοι υποστήριξαν ότι ενώ υπάρχουν τα εχέγγυα για κάτι τέτοιο θα πρέπει να υπάρξει συνεργασία των τοπικών φορέων και ενίσχυση των υπαρχουσών υποδομών, ώστε να επιτευχθεί. Συγκεκριμένα, στέλεχος σε ξενοδοχείο 4* ανέφερε χαρακτηριστικά ότι «...θα πρέπει να υπάρξει βελτίωση της συγκοινωνίας, περισσότερες πτήσεις από το αεροδρόμιο της Αγχιάλου και βελτίωση του οδικού δικτύου...» (Γ.Μ.), θέλοντας να τονίσει τις αδυναμίες που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στη περιοχή.

Σε ερώτηση για το κατά πόσο έχει επηρεαστεί ο συνεδριακός τουρισμός από την οικονομική κρίση, οι απαντήσεις που δόθηκαν ανέφεραν ότι η οικονομική κρίση πάνω απ' όλα επηρέασε τον συνεδριακό τουρισμό σε πολύ μεγάλο βαθμό. Οι δαπάνες για το σκοπό αυτό έχουν μειωθεί σε κρατικό επίπεδο, καθώς με απόφαση της κυβέρνησης, το budget για τα συνέδρια έχει μειωθεί κατά 70% και η ανάπτυξη του εγχώριου συνεδριακού τουρισμού βασίζεται σε ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Επίσης, όπως ανέφερε στέλεχος ξενοδοχείου 4* «...έχει υπάρξει μείωση γύρω στο 50% σε συνέδρια τύπου Α και 70% σε συνέδρια τύπου Β...» (Γ.Μ.), θέλοντας να τονίσει τη μείωση διοργανώσεων συνεδρίων. Επίσης, όλοι ανέφεραν ότι λόγω της φορολογικής κατάστασης της χώρας, ο τουριστικός κλάδος έχει πληγεί, έχοντας ως αποτέλεσμα τη μη συντήρηση των υπαρχουσών υποδομών , την έλλειψη επενδυτών έχοντας ως το κλείσιμο τοπικών επιχειρήσεων.

Βέβαια, σε ερώτηση αν είναι ικανοποιητική η προβολή της πόλης του Βόλου και του Πηλίου ως συνεδριακού προορισμού όλοι απάντησαν ότι έχουν γίνει προσπάθειες με την παρουσία τοπικών φορέων σε διεθνής εκθέσεις, αλλά δεν φτάνουν το μέγιστο βαθμό.

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε ο εγχώριος συνεδριακός τουρισμός στο Βόλο και το Πήλιο τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει αύξηση, σε σχέση με τα

προηγούμενα χρόνια. Στην περιοχή διοργανώνονται κατά κύριο λόγο εγχώρια συνέδρια και λίγων ημερών εξαιτίας της χρηματοοικονομικής κρίσης. Ένας λόγος όμως, που ο συνεδριακός τουρισμός δεν αναπτύσσεται σε διεθνές επίπεδο είναι η έλλειψη υποδομών κατάλληλων να φιλοξενήσουν μεγάλο όγκο συμμετεχόντων. Επίσης, ένας ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αποτελεί η μη επαρκής πτήσεις του αεροδρομίου και το κακό οδικό δίκτυο. Τέλος, παρατηρήθηκε ότι υπάρχουν προσπάθειες προώθησης της περιοχής ως συνεδριακού τουρισμού, καθώς και η θέληση δημιουργίας ενός μεγάλου συνεδριακού χώρου, το οποίο θα μπορέσει να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων, βάζοντας τα πρώτα θεμέλια για την ανάπτυξη της πόλης του Βόλου αλλά και του Πηλίου ως συνεδριακός προορισμός τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο.

5.5. SWOT ANALYSIS

ΔΥΝΑΜΕΙΣ (STRENGTHS)

Η περιοχή του Βόλου και του Πηλίου διαθέτει αξιόλογα πλεονεκτήματα πράγμα που την καθιστά αυτόματα αξιόλογο προορισμό για την πραγματοποίηση των συνεδρίων.

- Καλή γεωγραφική θέση: Η πόλη βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, καθιστώντας εύκολη την πρόσβαση σε αυτή. Επιπλέον, ο συνδυασμός βουνό και θάλασσας με το ήπιο κλίμα που επικρατεί σε αυτήν, την καθιστά περιοχή ενδιαφέρουσα τόσο τους καλοκαιρινούς, όσο και τους χειμερινούς μήνες.
- Μεγάλη εμπειρία σε θέματα φιλοξενίας: Ο Βόλος έχει φιλοξενήσει αρκετά σημαντικά γεγονότα, όπως είναι οι Ολυμπιακοί αγώνες. Επίσης, το γεγονός ότι είναι μία περιοχή της Ελλάδας που συνδυάζει βουνό και θάλασσα προσελκύει τους τουρίστες δώδεκα μήνες το χρόνο. Σήμερα, στο Βόλο και την ευρύτερη περιοχή, λειτουργούν αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες διαθέτουν έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό έτοιμο να παρέχει τις υπηρεσίες που επιθυμούν οι πελάτες.
- Προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας: Στο Βόλο και την ευρύτερη περιοχή λειτουργούν 6 ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων, ενώ οι υποδομές για την διεξαγωγή συνεδρίων είναι αρκετά σύγχρονες και οι συνεδριακοί χώροι διαθέτουν την κατάλληλη τεχνολογία για διοργάνωση

μεγάλων εκδηλώσεων. Επιπλέον, πολλές ξενοδοχειακές μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες πολυτελείας (σπα, πισίνα, υπηρεσίες ομορφιάς, γυμναστήριο κλπ).

- Φυσικά τοπία και ιστορικά μέρη: Όσοι συμμετέχουν σε συνέδρια, επιθυμούν να γνωρίσουν τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου και ο Βόλος όπως και το Πήλιο έχει πολλά να δείξει τόσο σε φυσική ομορφιά και πλούτο όσο και σε ιστορία.
- Πολιτιστική κληρονομιά: Ο Βόλος και το Πήλιο είναι πλούσιο σε πολιτιστική κληρονομιά με τα παραδοσιακά, κλασικά και βιομηχανικά κτίρια, καθώς και αρχαιολογικούς χώρους.
- Ήλιος-Θάλασσα-Διακοπές: Ο Βόλος και το Πήλιο φημίζεται για τις όμορφες παραλίες, αλλά και τα γραφικά χωριά, τα οποία αποτελούν κριτήρια που θέτει κανείς όταν επιλέγει ταξιδιωτικό προορισμό για τις διακοπές του.
- Πρόθυμο εργατικό δυναμικό: Πολλοί νέοι άνθρωποι ενδιαφέρονται για τους τομείς του τουρισμού και επιλέγουν σχολές που σχετίζονται με τον κλάδο. Στη Βόλο υπάρχει το δημόσιο ΙΕΚ καθώς και ιδιωτικές σχολές που προετοιμάζουν τους νέους να ασχοληθούν με τον τουριστικό κλάδο.
- Ιδιαίτερη γαστρονομία: Ο Βόλος και η ευρύτερη περιοχή είναι ευρέως γνωστή για τα τσιπουράδικα, αλλά και τα παραδοσιακά φαγητά και γλυκά που μπορούν να γευτούν οι επισκέπτες στα χωριά του Πηλίου.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES)

Παρ όλα αυτά τα μειονεκτήματα του Βόλου και του Πηλίου είναι εξίσου σοβαρά.

- Υψηλά επίπεδα τιμών: Η Ελλάδα παραμένει μια από τις ακριβότερες ευρωπαϊκές χώρες. Από την άλλη και το φορολογικό καθεστώς επίσης δεν βοηθά. Οι ανταγωνίστριες χώρες ακόμη και αν δεν διαθέτουν το ίδιο επίπεδο ποιότητας κερδίζουν τους πελάτες λόγω των ανταγωνιστικών τιμών που προσφέρουν (Visitgreece.gr,2016).
- Αεροδρόμιο χωρίς πτήσεις: Η περιοχή του Βόλου διαθέτει ένα από τα τελευταία κατασκευαστικά πολιτικό αεροδρόμιο που υπάρχει στην Ελλάδα, και το μοναδικό στο το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, ανάμεσα στις δύο μεγάλες πόλεις, Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Παρόλα αυτά, δεν υπάρχουν ακόμα αρκετές πτήσεις που να συνδέουν την περιοχή του Βόλου με μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις.

- Κακό οδικό δίκτυο : Ο Βόλος βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, παρόλα αυτά παρατηρούνται μεγάλα τεχνικά προβλήματα στο οδικό δίκτυο όπως λακκούβες κτλ.
- Έλλειψη στοχευμένης και συνεχούς διαφήμισης: Εδώ και πολλά χρόνια, ο HAPCO επισημαίνει τα λάθη που γίνονται στην προβολή του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού. Η Ελλάδα πρέπει να διαφοροποιηθεί και να προβάλλει μια διαφορετική εικόνα από εκείνη του ήλιου και της θάλασσας. Ο γενικός τουρισμός δεν μπορεί να ταυτίζεται με τον συνεδριακό. Σε κρατικό επίπεδο πρέπει να γίνουν ενέργειες με βάση τις οποίες θα προβάλλεται αποτελεσματικά και αποδοτικά ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα.
- Έλλειψη έμπειρων, ικανών και πιστοποιημένων PCOs: Δεδομένου ότι στην Ελλάδα δεν έχουν φιλοξενηθεί πολλά συνέδρια μεγάλου βεληνεκούς, με αποτέλεσμα οι επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων να μην διαθέτουν μεγάλη εμπειρία στη διεξαγωγή μεγάλων συνεδρίων. Αναμφισβήτητα όμως υπάρχουν πολλά μέλη του HAPCO τα οποία έχουν συμμετάσχει σε μεγάλες διοργανώσεις σε συνεργασία με κάποιο αντίστοιχο γραφείο του εξωτερικού.
- Έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου στη πόλη του Βόλου και το Πήλιο, ικανό να φιλοξενήσει διεθνή συνέδρια: Η δημιουργία ενός τέτοιου κέντρου έχει τεθεί τα τελευταία χρόνια επί τάπητος, ώστε να μετατραπεί το Πεδίον του Άρεως σε συνεδριακό κέντρο ώστε να μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και 3000 περίπου άτομα
- Έλλειψη επαρκών πληροφοριών ακόμη και στατιστικής υπηρεσίας που να καταγράφει χρήσιμες στατιστικές πληροφορίες που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό: Ακόμη και σε παγκόσμιο επίπεδο, ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα δεν έχει καταγεγραμμένα στοιχεία.
- Εποχικότητα: Η Πόλη του Βόλου και του Πηλίου αποτελούν περιοχές που διαθέτουν όλα τα προσόντα για τουρισμό καθ'όλη τη διάρκεια του χρόνου. Με το χιονοδρομικό κέντρο το χειμώνα και τις παραλίες το καλοκαίρι. Ωστόσο, από το Φεβρουάριο μέχρι τον Ιούνιο και από το Σεπτέμβριο μέχρι τον Νοέμβριο η ζήτηση είναι μηδαμινή. Το γεγονός αυτό επιδρά ανασταλτικά στη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων (ξενοδοχεία, καταλύματα, τουριστικά γραφεία κλπ) και δεν διευκολύνει την άνθιση του κλάδου.

- Έλλειψη εκπαίδευσης στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού, σε άτομα που ασχολούνται με τη διεξαγωγή των συνεδρίων στις περιοχές Βόλου και Πηλίου.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)

- Καλή φήμη ως προορισμός: Χιλιάδες άνθρωποι επισκέπτονται το Βόλο και το Πήλιο κάθε χρόνο για τις διακοπές τους κυρίως και μεταδίδουν την άποψη που αποκτούν για αυτή στον κοινωνικό τους περίγυρο.
- Εύκολη πρόσβαση: Υπάρχουν μεγάλες ελλείψεις στο κομμάτι των μεταφορών και συγκοινωνιών. Ο Βόλος βρίσκεται στο κέντρο Παρόλα αυτά , ο Αυτοκινητόδρομος 1 (Αθήνα - Θεσσαλονίκη - Εύζωνοι) αποτελεί τμήμα της Ευρωπαϊκής Διαδρομής E75 και με μήκος 550χλμ και είναι ο κυριότερος οδικός άξονας της Ελλάδας, συνδέει τα εξής αεροδρόμια Θεσσαλονίκης, Αθηνών και Αγχιάλου. Όπως επίσης και τα λιμάνια Θεσσαλονίκης, Βόλου και Πειραιά.
- Οικονομική κρίση: Ασφαλώς, η οικονομική κρίση εκτός από δεινά αναδεικνύει και ευκαιρίες τις οποίες ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει. Σε περίπτωση που οι Έλληνες ξενοδόχοι γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, η κρίση μπορεί να αποτελέσει μεγάλη ευκαιρία για την χώρα προκειμένου να εξασφαλίσει μελλοντικά ένα μεγάλο κομμάτι από την πίτα του παγκόσμιου συνεδριακού τουρισμού.
- Πλήρωση διαθέσιμων δωματίων σε μη τουριστικές περιόδους: Επειδή η τουριστική περίοδος στην Ελλάδα φαίνεται να είναι η περίοδος Μάιος-Σεπτέμβριος, η πόλη του Βόλου και του Πηλίου διαθέτει καλές και αξιοποιήσιμες εγκαταστάσεις τον υπόλοιπο χρόνο. Η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να καλύψει κομμάτι αυτής της περιόδου πολύ αποδοτικά ενισχύοντας περαιτέρω την τοπική οικονομία.
- Έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου ικανό να φιλοξενήσει διεθνή συνέδρια: Η δημιουργία ενός τέτοιου κέντρου έχει τεθεί τα τελευταία χρόνια επί τάπητος, ώστε να μετατραπεί το Πεδίον του Άρεως σε συνεδριακό κέντρο ώστε να μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και 3000 περίπου άτομα.
- Η μείωση του αριθμού των συμμετεχόντων στα συνέδρια: Οι διεθνείς εξελίξεις οδηγούν στη διοργάνωση συνεδρίων με μικρό αριθμό συμμετεχόντων,

αποτελώντας ευκαιρία για τις περιοχές Βόλου και Πηλίου, να αναπτύξουν συνέδρια μικρού βεληνεκούς.

ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)

- Έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος για το Βόλο και το Πήλιο: Αναμφισβήτη, το νέο οικονομικό περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί στην Ελλάδα, έχει προκαλέσει την απομάκρυνση μεγάλων επενδυτών. Αν δεν υπάρξουν τα κατάλληλα κίνητρα και ένας αναπτυξιακός σχεδιασμός, θα είναι ιδιαίτερα δύσκολο να ανακάμψει η τοπική οικονομία.
- Φορολογικό καθεστώς: Το φορολογικό καθεστώς έχει προκαλέσει τεράστια προβλήματα στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις και κατ' επέκταση στις επιχειρήσεις που υπάρχουν στο Βόλο και στο Πήλιο, με αποτέλεσμα πολλές από αυτές να βρίσκονται στα πρόθυρα κλεισίματος.
- Χρηματοοικονομική κρίση: Η χρηματοοικονομική κρίση αποτελεί τόσο ευκαιρία όσο και απειλή, καθώς πολλές τουριστικές επιχειρήσεις έχουν προβλήματα επιβίωσης, ενώ πολλές έχουν ήδη κλείσει.
- Οι διαφωνίες ως προς τον προϋπολογισμό της δημιουργίας του συνεδριακού κέντρου μεταξύ των τοπικών φορέων, οι οποίες εάν δεν επιλυθούν, ίσως έχει ως αποτέλεσμα τη μη δημιουργία του συνεδριακού κέντρου.

5.6. ΣΕΝΑΡΙΑ

ΣΕΝΑΡΙΟ 1^ο : ΜΙΚΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Με βάση το πρώτο σενάριο η πόλη του Βόλου και η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου έχει τη δυνατότητα φιλοξενίας μικρών συνεδρίων.

Σύμφωνα, με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση η διοργάνωση μικρών συνεδρίων λαμβάνει χώρα κατά κύριο λόγο σε συνεδριακές αίθουσες ξενοδοχείων κυρίως την άνοιξη και το φθινόπωρο ενώ η διάρκεια τους κυμαίνεται κατά μέσο όρο σε δύο ημέρες. Επίσης, ο αριθμός των συμμετεχόντων υπολογίζεται στα εκατό άτομα προκειμένου να διοργανωθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα με αποτέλεσμα να επιλέγονται περισσότερο από τους διοργανωτές συνεδρίων. Δεδομένου ότι ο προϋπολογισμός ανά συνέδριο είναι υψηλός επιλέγονται κατά κύριο λόγο ξενοδοχεία 4

και 5 αστέρων. Όσον αφορά τις απαιτήσεις των μικρών συνεδρίων απαραίτητες προϋποθέσεις αποτελούν οι άρτιες ξενοδοχειακές και συνεδριακές υποδομές, καθώς και ο άριστος τεχνολογικός εξοπλισμός.

Σύμφωνα με τους επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων, η επιλογή ενός τόπου για τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου απαιτεί την εύρεση κατάλληλου συνεδριακού χώρου βάσει του προϋπολογισμού όπως ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός, η τεχνική υποστήριξη, η μετάφραση, η διακόσμηση χώρου κ.α. Επίσης, η επιλογή του τόπου καθορίζεται από την δυνατότητα δημιουργίας προγράμματος και για τα άτομα που πιθανόν να συνοδεύουν τους συνέδρους. Τέλος, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί και η εύκολη πρόσβαση των συνέδρων στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου.

Ο Βόλος και το Πήλιο τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν σημαντική ανάπτυξη στον συνεδριακό τουρισμό καθώς η τοποθεσία της περιοχής αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την διεξαγωγή συνεδρίων και την φιλοξενία συνέδρων στις συγκεκριμένες περιοχές. Στις περιοχές εδρεύουν έξι ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων, τα οποία διαθέτουν τις απαιτούμενες ξενοδοχειακές υποδομές (κλίνες, υψηλής κατηγορίας υπηρεσίες), συνεδριακό εξοπλισμό και τεχνολογικό εξοπλισμό. Επίσης, είναι περιοχές με πλούσιο φυσικό κάλλος, καθώς συνδυάζουν βουνό και θάλασσα, δίνοντας την επιλογή στους συμμετέχοντες και τους συνοδούς να επιλέξουν πως θα αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο τους. Εκτός όμως από τα φυσικά πλεονεκτήματα, οι περιοχές διαθέτουν ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά. Σε αυτό το σημείο όμως, θα πρέπει να αναφερθεί ότι λόγω τις οικονομικής κρίσης που υπάρχει στην Ελλάδα, πολλές επιχειρήσεις έχουν πληγεί, περιορίζοντας τη δυνατότητα αξιοποίησης ελεύθερου χρόνου σε συνέδρους και συνοδούς.

Τέλος, όπως αναφέρεται και στην μελέτη περίπτωσης η πρόσβαση δίνεται να γίνει είτε με αυτοκίνητο, είτε με αεροπλάνο ωστόσο το οδικό δίκτυο δεν είναι άρτιο (καθώς υπάρχουν λακκούβες), ο δρόμος προς το Πήλιο είναι στενός και το αεροδρόμιο της Νέας Αγχιάλου δεν έχει πολλές αεροπορικές συνδέσεις.

ΣΕΝΑΡΙΟ 2^ο : ΜΕΓΑΛΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Με βάση το δεύτερο σενάριο η πόλη του Βόλου και η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου έχει τη δυνατότητα φιλοξενίας μεγάλων συνεδρίων.

Τα χαρακτηριστικά των μεγάλων συνεδρίων είναι ότι πραγματοποιούνται κατά βάση σε συνεδριακά κέντρα, συνήθως την άνοιξη ή το φθινόπωρο ενώ η διάρκεια τους

κυμαίνεται από 3 έως 4 ημέρες. Τα συνεδριακά κέντρα προγραμματίζονται καιρό πριν για να υπάρχει χρόνος προετοιμασίας.

Σε αυτή την περίπτωση, οι επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων επιλέγουν τον τόπο διεξαγωγής με βάση το συνεδριακό κέντρο, καθώς τα μεγάλα συνέδρια απαιτούν μεγάλα συνεδριακά κέντρα λόγω του αριθμού συμμετεχόντων. Επίσης, στις προδιαγραφές των μεγάλων συνεδρίων οι ξενοδοχειακές μονάδες φιλοξενίας των συνέδρων θα πρέπει να είναι 4 και 5 αστέρων. Σε αυτή τη περίπτωση παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες συνοδεύονται από συνοδά μέλη, άρα κρίνεται περισσότερο απαραίτητο ο τόπος διεξαγωγής να μπορεί να προσελκύσει κόσμο.

Τέλος, ένας πολύ σημαντικός παράγοντας διεξαγωγής μεγάλων συνεδρίων είναι η εύκολη πρόσβαση είτε οδικώς, είτε ακτοπλοϊκός είτε αεροπορικώς.

Η περιοχή του Βόλου και το Πήλιο σύμφωνα με τις προδιαγραφές για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων δεν διαθέτουν κάποιο μεγάλο συνεδριακό κέντρο. Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι το μοναδικό συνεδριακό κέντρο που μπορεί να φιλοξενήσει μεγαλύτερα συνέδρια είναι της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος, το οποίο λόγω του θρησκευτικού χαρακτήρα, μπορεί να επηρεάσει το ύψος των συνεδρίων. Έτσι, τα συνέδρια κατά κύριο λόγο φιλοξενούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων και σε αίθουσες του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Επομένως, υπάρχει η διάθεση από τους τοπικούς φορείς για τη διαμόρφωση του Εκθεσιακού – Αθλητικού Κέντρου/Γυμναστήριου Βόλου σε συνεδριακό κέντρο.

Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο σενάριο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις, όπως επίσης έχει δημιουργήσει την έλλειψη επενδύσεων στην περιοχή. Τέλος, ενώ ο Βόλος και το Πήλιο βρίσκονται σε ευνοημένη γεωγραφική θέση, το κακό οδικό δίκτυο αλλά και η μη αξιοποίηση του αεροδρομίου της Νέας Αγχιάλου, έχει ως αποτέλεσμα να μην αποτελεί πλεονέκτημα η πρόσβαση στη περιοχή.

ΕΠΙΚΡΑΤΕΣΤΕΡΟ ΣΕΝΑΡΙΟ

Σύμφωνα με τα παραπάνω σενάρια, η πόλη του Βόλου και το Πήλιο, με βάση την υπάρχουσα κατάσταση, έχει την δυνατότητα διεξαγωγής μικρών συνεδρίων.

Συγκεκριμένα, ο Βόλος και το Πήλιο τη δεδομένη χρονική περίοδο δεν έχει τη δυνατότητα διεξαγωγής μεγάλων συνεδρίων εξαιτίας της έλλειψης μεγάλου συνεδριακού κέντρου. Η πραγματοποίηση του δεύτερου σεναρίου θα μπορούσε να καταστεί εφικτή με την δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου το οποίο θα έχει την δυνατότητα να φιλοξενήσει έναν μεγάλο αριθμό συνέδρων.

Όσον αφορά την κακή ποιότητα του οδικού δικτύου και τη μη πλήρη αξιοποίηση του αεροδρομίου θα πρέπει οι τοπικοί φορείς να αλλάξουν την υφιστάμενη κατάσταση, ώστε να καταστεί η περιοχή κατάλληλη για τη διοργάνωση συνεδρίων με μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο . ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει παγκόσμιο ενδιαφέρον. Τα στοιχεία δείχνουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μεγάλη αγορά που προσελκύει περισσότερους επενδυτές και η οποία συνδέεται άμεσα με την πρόοδο των επιστημών και της τεχνολογίας. Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μια περιοχή δημιουργεί μια σταθερή αύξηση στην τουριστική κίνηση, επιφέροντας μείωση της εποχικότητας και ενισχύοντας τις ευκαιρίες απασχόλησης. Παρόλα αυτά, η παγκόσμια οικονομική κρίση αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην μείωση του αριθμού των συμμετεχόντων.

Η συνεδριακή αγορά αφορά τουρίστες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομικού επιπέδου. Η μέση διάρκεια παραμονής των συνέδρων στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου είναι τρεις έως τέσσερις ημέρες. Η παραμονή των συνέδρων στον συνεδριακό προορισμό μπορεί να θεωρηθεί αρκετή, ώστε να καταφέρει ο επισκέπτης να ανακαλύψει την περιοχή.

Ωστόσο, σημαντικός είναι και ο ρόλος των διοργανωτών των συνεδρίων, καθώς είναι αυτοί οι οποίοι οργανώνουν το πρόγραμμα και κατευθύνουν τους επισκέπτες του συνεδριακού τουρισμού.

Η Ευρώπη έχοντας επενδύσει στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού, παρουσιάζει μια ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι ευρωπαϊκές πόλεις οι οποίες βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης, μετά τις ΗΠΑ, ενώ σε πλήρη ανάπτυξη βρίσκεται ο συνεδριακός τουρισμός στην Ασία. Από την άλλη, στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες στην επένδυση του συνεδριακού τουρισμού καθώς έχει παρατηρηθεί βελτίωση των συνεδριακών υποδομών. Ωστόσο, η οικονομική κρίση στην χώρα έχει ως αποτέλεσμα την μείωση αυτών των επενδύσεων. Στην περίπτωση αυτή, απαραίτητη είναι η σύμπραξη του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, ώστε να κατορθώσει η χώρα να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε ένα τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στο τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών.

Η γεωγραφική θέση του Βόλου και του Πηλίου σε συνδυασμό με την ύπαρξη του Αυτοκινητόδρομου 1, του αεροδρομίου της Νέας Αγχιάλου, του σιδηροδρομικού σταθμού αλλά και το λιμάνι, καθιστά την εύκολη προσβασιμότητα στην περιοχή καθώς αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην κατοχύρωση ενός τόπου ως συνεδριακού προορισμού. Στην συγκεκριμένη περίπτωση όμως, όπως έχει αναφερθεί το οδικό δίκτυο δεν αποτελεί τον ιδανικό δρόμο οδήγησης. Επίσης, το αεροδρόμιο της Νέας Αγχιάλου δεν αξιοποιείται στο μέγιστο βαθμό, καθώς δεν υπάρχουν πολλές πτήσεις και όσες υπάρχουν πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο τους καλοκαιρινούς μήνες.

Επίσης, το ήπιο κλίμα και ο συνδυασμός βουνό με θάλασσα προσελκύει τους επισκέπτες όλους τους μήνες του χρόνου.

Η προώθηση του Βόλου και του Πηλίου ως συνεδριακός προορισμός έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των τοπικών φορέων, τα τελευταία χρόνια. Το μέγεθος των συνεδρίων που διοργανώνονται, μέχρι στιγμής, στη περιοχή είναι κυρίως ιατρικά, φαρμακευτικά κ.α., ενώ η διάρκεια αυτών κυμαίνεται περίπου στις δύο ημέρες με μέγιστο αριθμό ατόμων 300. Στις προσπάθειες των τοπικών φορέων και των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάδειξη της πόλης του Βόλου και του Πηλίου να δοθεί μεγαλύτερη σημασία στην προσέλκυση διοργανωτών συνεδρίων.

Στη περιοχή του Βόλου και του Πηλίου υπάρχουν έξι μεγάλα ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων, με συνεδριακά κέντρα πολλαπλών αιθουσών ικανά να φιλοξενήσουν πολυάριθμα συνέδρια και να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

Ως διαθέσιμες υποδομές στην περιοχή είναι οι συνεδριακές αίθουσες των ξενοδοχείων, οι αίθουσες του πανεπιστημίου Θεσσαλίας και το συνεδριακό κέντρο της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος. Επομένως, παρατηρείτε η έλλειψη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου. Για τον σκοπό αυτό, οι τοπικοί φορείς αποφάσισαν τη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου και πιο συγκεκριμένα την μετατροπή του Εθνικού Γυμναστηρίου σε συνεδριακό κέντρο, του οποίου η χωρητικότητα θα είναι έως 2.900 άτομα. Παρά τις αντιδράσεις κάποιων δημοτικών συμβούλων αποφασίστηκε η έγκριση του σχεδίου. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού συνέδρων.

Αυτό όμως που θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία είναι στις εργασίες μετατροπής ενός γυμναστηρίου σε συνεδριακό κέντρο, καθώς όπως έχει αναφερθεί θα πρέπει οι συνεδριακές αίθουσες να πληρούν κάποιες προδιαγραφές.

Ο συνεδριακός τουρίστας, όμως, ενδιαφέρεται για την πρόσβαση προς το συνεδριακό προορισμό, για τη διαμονή του αλλά και τη διατροφή του. Στο κομμάτι αυτό, ο Βόλος είναι ιδιαίτερα γνωστός για τα τσιπουράδικα, ενώ το Πήλιο για τα παραδοσιακά φαγητά τα οποία οι συνεδριακοί τουρίστες μπορούν να γευτούν στις παραδοσιακές ταβέρνες.

Ακόμα, αν και η φυσική ομορφιά της πόλης του Βόλου και της ευρύτερης περιοχής αποτελεί πόλο έλξης για τους επισκέπτες, οι τοπικοί φορείς θα πρέπει να δημιουργήσουν τρόπους προσέλκυσης τουριστών, πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.

Τέλος, οι τοπικοί φορείς εκμεταλλευόμενοι την τάση της συνεδριακής αγοράς στην διοργάνωση συνεδρίων με μικρό αριθμό συμμετεχόντων μπορεί να προβεί στις απαραίτητες προωθητικές ενέργειες, ώστε να αναδειχθεί ο Βόλος και το Πήλιο συνεδριακοί προορισμοί για μικρά συνέδρια.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Αθανασίου Α. Λ., (2002), Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, Ινστιτούτο τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Βρεττός Ε. Ι. (2003), Μη λεκτική συμπεριφορά εκπαιδευτικού-μαθητή. Άσκηση με Μικροδιδασκαλία. Αθήνα, Ατραπός

Γκρίμπα Ε., (2005), Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος.

Γκρίμπα Ε., Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2011), Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Κεδράκα, Κατ. (2009). Μεθοδολογία Λήψης Συνέντευξης. Αθήνα (αδημ. σημειώσεις)

Κραβαρίτης Ν. (1992) Επαγγελματικός τουρισμός. Οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Κραβαρίτης Ν. και Παπαγεωργίου Α. (2007) Επαγγελματικός τουρισμός - εκθέσεων - - κινήτρων - επιχειρηματικών ταξιδιών, Οργάνωση Συνεδρίων, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Λαζανά, Φ. (2003), Εισαγωγή στον επαγγελματικό τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Λούκος Κ. (1990), Αποφασιστικός ρόλος του συνεδριακού τουρισμού, Τουρισμός και Οικονομία

Λύτρας Π. (1989), Ο τουρισμός προς το 2000, θεωρητικές επισημάνσεις & πρακτικές προσεγγίσεις. Αθήνα: εκδόσεις Interbooks

Νυφοδωράκη Σ. (2011), Προοπτικές ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού. Μελέτη περίπτωσης του Νομού Ηρακλείου ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων. Διπλωματική, Ηράκλειο :ΤΕΙ Κρήτης

Παπαμαρίνου Μ. (2007), Συνεδριακός τουρισμός: Η εξέλιξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, προβλήματα και προοπτικές. Διπλωματική, Θεσσαλονίκη

Σφακιανάκης, Μ., (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Εκδόσεις Έλλην , Αθήνα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Baloglu S. Mangaloglu M., (2001), Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by Us-based tour operators and travel, Tourism management

Brown G., Chalip L., Jago L. and Mules T., (2002), The Sydney Olympics and Brand Australia, Oxford: Butterworth-Heinemann

Carey, T. (1997). Crisis or Conference! , published by The Industrial Society.

Crouch, G. I., and Brent Ritchie J. R. (1998), Convention Site Selection Research: A Review, Conceptual Model, and Propositional Framework, Journal of Convention and Exhibition Management.

Davidson R., Rogers T. (2006), Marketing Destinations and venues for conferences, conventions and business events, published by Elsevier

Gartrell, R. B. (1994). Destination Marketing for Convention and Visitor Bureaux. 2nd edn. Association of Convention and Visitor Bureaux and Kendall/Hunt.

Lawson (2000), Congress, Convention and Exhibition Facilities: Planning, Design and Management, Architectural Press Planning and Design Series

Morgan N., Pritchard A., Pride R. (2002), Destination branding: creating the unique destination proposition

Muqbil, I. (1997), The Asian conferences, meetings and incentives market, Journal Travel & Tourism Analyst

Oppermann, M., and Chon K. S., (1997), Convention participation decision-making process, Annals of Tourism Research

Oppermann, M., (1996), Convention cities-image and changing fortunes, The journal of Tourism Studies

Qu H. Ryan, B. & Chu R. (2000), The importance of hotel attributes in contributing to travelers satisfaction in the Hong Kong hotel industry, Journal of quality assurance in hospitality & tourism

Rogers T., (1998) , Conferences: a twenty-first century industry. Addison Wesley Longman

Roger T.(2013), Conferences and conventions .A global industry. London: Butterworth Heinemann

Rutherford, D.G. and Kreck L.A. (1994): Conventions and Tourism:, Journal of Travel & Tourism Marketing

Seaton A.V., Bennett (1996), Marketing tourism products, Εκδόσεις International Thomson Business Press

Shone A. (1998), The business of conferences, Butterworth Heinemann

Swarbrooke J., Horner S. (2002), Business travel & tourism22

Yoo J.J.J and Chon, K., (2008), Factors Affecting Convention Participation Decision-Making: Developing a Measurement Scale, Journal of Travel Research

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Εκθεσιακό κέντρο Φρανφούρτης, <http://www.mrtravel.gr/exb-centers/messe-frankfurt/> (Πρόσβαση: 15/05/2017)

Επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων Hapco, http://www.hapco.gr/1011_1/Epaggelmaties-Organotes-Synedrion, (Πρόσβαση: 10/01/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα Δήμου Βόλου: <http://dimosvolos.gr/?cat=296> (Πρόσβαση: 16/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα Εταιρείας Αξιοποίησης και Διαχείρισης Περιουσίας Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, http://www.eadp.uth.gr/?page_id=1630#filter=.volos-2, (Πρόσβαση: 24/04/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Domotel Xenia Volou: <http://www.domotel.gr/hotel/4/Xenia-Volos> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Park Hotel Volos: <http://amhotels.gr/> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Portaria Hotel & Spa <http://www.portariahotel.gr/index.php/el/capacity> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Valis Resort Hotel: <http://valishotel.gr/?lang=en> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Volos Info, Ιστοσελίδα Κέντρου Τουριστικής Πληροφόρησης: <http://volosinfo.gr/> (Πρόσβαση: 20/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Volos Palace: <http://www.volospalace.gr/xoroi-sunedrion-kai-ekdiloseon> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα του Xenia Palace Portarias: <http://www.xeniaportarias.gr/xenia-xoroi-sinedrion> (Πρόσβαση: 18/03/2017)

Επίσημη ιστοσελίδα Υπουργείου Τουρισμού: <http://www.mintour.gov.gr/el/Investments/wizards/sinedriakakentra/>, (Πρόσβαση: 21/03/2017)

Διαφωνίες των μειοψηφιών για τη δημιουργία του συνεδριακού κέντρου,(2017) Magnesia news, <https://magnesianews.gr/volos/diafonies-ton-miopsifion-gia-ti-dimiourgia-tou-synedriakou-kentrou.html> (Πρόσβαση: 07/03/2017)

Ιακωβίδης Δ. (2014), Περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα Θεσσαλίας 2014 – 2020, https://www.espa.gr/elibrary/Thessalia_2014GR16M2OP003_1_4_el.pdf, (Πρόσβαση, 09/01/2017)

ΙΝΣΕΤΕ (2015), Η συμβολή του ΣΕΤΕ & της Marketing Greece στην ανάπτυξη του Συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Στρατηγική & άξονες δράσεις,

http://www.hapco.gr/files/HAPCO%20%20EFAPCO%20Think%20Forum/presentations_Day1/Session4/Iossif%20Parsalis.pdf, (Πρόσβαση: 09/12/2016)

Κουσουνής Σ., (2017), Μεγάλη μείωση των επενδύσεων σε νέες ξενοδοχειακές μονάδες, <http://www.kathimerini.gr/910867/article/oikonomia/epixeirhseis/megallh-meiwsh-twn-ependysewn-se-nees-3enodoxeiales-monades>, Καθημερινή, (Πρόσβαση: 26/05/2017)

Μάντζιος Δ. (2016), Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χώρας μας ως συνεδριακός προορισμός, <http://traveldailynews.gr/hypostyles/article/2293>, traveldailynews.gr, 2016 (Πρόσβαση: 09/01/2017)

Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος (2017), Ξενοδοχειακό δυναμικό ανά περιφέρεια: Περιφέρεια Θεσσαλίας, http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Hotels_By-Region_2016.pdf, (Πρόσβαση: 05/05/2017)

Κρατικός αερολιμένας Νέας Αγχιάλου, <http://www.thessalyairport.gr/el/ptiseis.html> (Πρόσβαση: 25/04/2017)

Ραυτοπούλου Ε. (2016), Βόλος: Διαγωνισμός για την μετατροπή του Εκθεσιακού Κέντρου σε Συνεδριακό, <http://www.ert.gr/volos-diagonismos-gia-tin-metatropi-tou-ekthesiakou-kentrou-se-sinedriako/>, (Πρόσβαση: 19/11/2016)

Στρατηγικό Βόλου: Πολυχώρος με Αργώ και Κένταυρους στο Πεδίο Άρεως, τραμ και γκολφ, <https://magnesianews.gr/volos/στρατηγικό-βόλου-πολυχώρος-με-αργώ-κα.html>, magnesianews.gr, 2015 (Πρόσβαση: 30/11/2016)

International Association Meetings Market, (2013), ICCA Statistics Report 2013, <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1696>, (Πρόσβαση: 09/12/2016)

International Association Meetings Market, (2016), Statistics Report – Public abstract, Ιούνιο 2016, <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1951>, (Πρόσβαση: 09/12/2016)

International Congress and Convention Association, A Modern History of International Association Meetings, <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1626>, (Πρόσβαση: 09/12/2016)

GBR Consulting (2012), <http://www.gbrconsulting.gr/greek/articles/articles.html> (Πρόσβαση: 17/10/2016)

Rohit Talwar, Tim Hancock (2010), Convention 2020 –The Future of Exhibitions, Meetings and Events, Phase 1 Survey Findings, <https://portal.imex-frankfurt.com/documents/Convention2020Phase1SurveyReportMarch2010.pdf>, (Πρόσβαση: 19/03/2017)